

الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية"

مجلة دابق الإلكترونية نموذجاً - تحليل مضمون

Media Discourse for ISIS

Dabiq Magazine – Content Analysis

إعداد

غسان عبدالرحمن أبوحسين

إشراف

الأستاذ الدكتور حميدة مهدي سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني - 2017

تفويض

أنا غسان عبدالرحمن عبدالرحيم أبوحسين، أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: غسان عبدالرحمن عبدالرحيم أبوحسين

التاريخ: 11 يناير/ كانون الثاني 2017

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: (الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية" مجلة دابق الإلكترونية نموذجاً- تحليل مضمون)، وأجيزت

بتاريخ: 11 يناير/ كانون الثاني 2017.

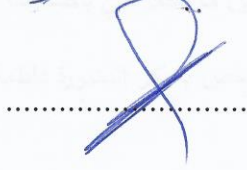
التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة



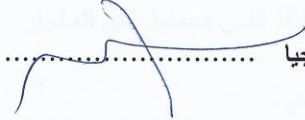
رئيسا ومشرفا

1- الأستاذة الدكتورة/ حميدة مهدي سميسم



ممتحنا داخليا

2- الدكتور/ صباح ياسين المفرجي



ممتحنا خارجيا

3- الأستاذ الدكتور/ عبدالرزاق محمد الدليمي

الشكر والتقدير

الشكر لله عز وجل أولاً، ثم لمن كان لهم فضل عليّ في إكمال هذه المسيرة ..

والذي رحمه الله ووالدتي حفظها الله اللذين غرسا فيّ حب العلم والاشتياق إليه

زوجتي أماني وصغيراتي اللواتي قاسموني المشقة وصبرن الليالي الطوال بين سفر ودراسة وتحمل

تكاليف الحياة

عائلي وإخوتي، خصوصاً أخي عدنان الذي كان لنصيحته شرارة الانطلاق في هذا المشروع وأختي

أم عبدالله التي استمرت في رعايته

مشرفتي الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم التي ظلت دوماً مصدر تحفيز لي لتقديم الأفضل

الدكتور كامل خورشيد الذي ظل بكرمه وعلمه يسندني منذ أن التحقت بالماجستير

الأستاذ الدكتور عبدالرزاق الدليمي والدكتور صباح ياسين اللذين ما بخلا عليّ بنصحهما

الأصدقاء من الزميلات والزملاء الذين ما بخلوا عليّ بدعمهم، وأخص بالذكر الدكتورة فاطمة

الصمادي والأستاذ سمير الشمايلة

الزميلات والزملاء في قناة الجزيرة الوثائقية إدارة ورفاقا الذين تحملوا معي المشوار

لكم جميعاً شكري وعرفاني

الإهداء

إلى معلم البشرية سيدنا محمد ﷺ

وإلى كل متعلم من هذه البشرية

مستزيدا من العلم

باحثا عن ضالته بالحق

راغبا في المعرفة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	عنوان الرسالة
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ك	قائمة الملاحق
ل	ملخص الدراسة باللغة العربية
س	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية
1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1	مقدمة الدراسة
4	مشكلة الدراسة
4	أهداف الدراسة
4	أسئلة الدراسة
6	أهمية الدراسة
6	مصطلحات الدراسة
10	حدود الدراسة

	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
11	
12	المبحث الأول: الإسناد النظري للدراسة
12	نظرية التأطير الإعلامي
16	نظرية الدعاية بالعمل
21	المبحث الثاني: أدبيات الدراسة
21	الصحافة الإلكترونية
24	تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والجذور
27	موقع المؤسسة الإعلامية في الهيكل التنظيمي
29	مجلة دابق: التعريف ودور المجلة
30	جذور الممارسة الإعلامية لدى تنظيم الدولة الإسلامية
37	الممارسة الإعلامية والمحتوى العنيف
43	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
43	أولاً: الدراسات العربية
43	دراسة: إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية
44	دراسة: تحليل مضمون الخطاب الاتصالي - سوسيولوجيا فهم الآخر
45	دراسة: تحليل الخطاب لمدى التمثيل الإعلامي وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي
47	ثانياً: الدراسات الأجنبية
47	دراسة: الرسالة الاستراتيجية لتنظيم الدولة الإسلامية
48	دراسة: دابق: معالجة الأفلام الوثائقية لتنظيم الدولة الإسلامية"
	الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها
51	
51	مجتمع الدراسة
51	عينة الدراسة
51	منهج الدراسة

52	ثبات أداة الدراسة
53	كشاف تحليل مضمون الدراسة
61	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
61	نتائج الدراسة
83	الإجابة على أسئلة الدراسة
92	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات
92	مناقشة النتائج
105	التوصيات
106	قائمة المصادر والمراجع
113	قائمة الملاحق
113	ملحق 1- قائمة محكمي كشاف التحليل
114	ملحق 2- تحكيم استمارة تحليل مضمون
118	ملحق 3- كشاف التعريف بفئات: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ ولمن قيل؟
134	ملحق 4- مجلة دابق - العدد الأول
135	ملحق 5- مجلة دابق - العدد الرابع
136	ملحق 6- مجلة دابق - العدد الثامن
138	ملحق 7- مجلة دابق - العدد الثاني عشر
139	ملحق 8- أغلفة أعداد مجلة دابق - الأعداد (1 و4 و8 و12)

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
62	التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى	1
63	التكرارات والنسب المئوية للجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق	2
65	التكرارات والنسب المئوية للغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق	3
66	التكرارات والنسب المئوية للمضمون الديني للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	4
67	التكرارات والنسب المئوية للمضمون التاريخي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	5
68	التكرارات والنسب المئوية للمضمون الاجتماعي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	6
69	التكرارات والنسب المئوية للمضمون الاقتصادي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	7
70	التكرارات والنسب المئوية للمضمون السياسي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	8
71	التكرارات والنسب المئوية لمضامين القضية الفلسطينية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	9
72	التكرارات والنسب المئوية لمضامين العلاقات الدولية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	10

74	التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف العلاقة مع الآخر للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	11
75	التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	12
76	التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الأنا للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	13
77	التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الآخر المسلم/العربي للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	14
78	التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الآخر الغربي للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق	15
79	التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في الشكل	16
80	التكرارات والنسب المئوية لأشكال الصحفية للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق	17
81	التكرارات والنسب المئوية لعناصر الإبراز للمرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق	18

قائمة الملاحق

الصفحة	مضمون الملحق	رقم الملحق
113	قائمة محكمي كشف التحليل	1
114	تحكيم استمارة تحليل مضمون	2
127	كشف التعريف بفئات: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ ولمن قيل؟	3
134	مجلة دابق - العدد الأول	4
135	مجلة دابق - العدد الرابع	5
138	مجلة دابق - العدد الثامن	6
137	مجلة دابق - العدد الثاني عشر	7
139	أغلفة أعداد مجلة دابق - الأعداد (1 و4 و8 و12)	8

الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية"

مجلة دابق الإلكترونية نموذجاً - تحليل مضمون

إعداد

غسان عبدالرحمن أبوحسين

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميح

الملخص

يتصاعد استخدام التنظيمات العقائدية المسلحة للإعلام والتكنولوجيا الرقمية من أجل أهداف وغايات سياسية دعائية، وبسط نفوذ يتعلق بشكل الصورة الذهنية المراد رسمها، ومنذ إعلان تنظيم "الدولة الإسلامية في العراق والشام"، في يونيو/ حزيران 2014، إقامة ما يسميها "دولة الخلافة"، وظف آلة إعلامية ودعائية كبيرة استفادت من الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي لنشر رسالته.

حيث يتبع التنظيم مؤسسة "الفرقان" الإعلامية، مؤسسة "الاعتصام" ومركز "الحياة"، ومؤسسة أعماق، ومؤسسة البتار، ومؤسسة دابق الإعلامية، ومؤسسة الخلافة، ومؤسسة أجناد للإنتاج الإعلامي، ومؤسسة الغرباء للإعلام، ومؤسسة الإسراء للإنتاج الإعلامي، ومؤسسة الصقيل، ومؤسسة الوفاء، ومؤسسة نسائم للإنتاج الصوتي، ومجموعة من الوكالات التي تتبع الولايات والمناطق التي تسيطر عليها، كوكالة أنباء "البركة" و"الخير" وغيرها. كما صدر عدد من المجلات بالعربية والإنجليزية أمثال: "دابق" و"الشامخة"، وأنشأت الهيئة إذاعات محلية، مثل: إذاعة "البيان" في مدينة الموصل في العراق،

وإذاعة أخرى في مدينة الرقة في سوريا. (حسن أبو هنية، البناء الهيكلي لتنظيم الدولة الإسلامية،

2016، ط1)

أطلق التنظيم على المنصات الإعلامية الخاصة به، أسماء وعناوين ذات دلالات تاريخية، تنطلق من نصوص دينية وتبشّر بقرب المواجهة العسكرية مع "العدو الصليبي" (على غرار: دابق، أعماق) وتقدم محتوى يوصف بالعنيف، يوظف الصورة الثابتة والمتحركة إلى أبعد حدّ يتوخى من خلاله القائم على العملية الاتصالية في التنظيم إيقاع التأثير في نفس المتلقي.

ولذا تبحث هذه الدراسة في جانب من التجربة الإعلامية لهذا التنظيم، محاولة فهم الخطاب الإعلامي لهذا النوع من التنظيمات العقائدية المسلحة، ودور البعد الديني، خصوصا وأن العديد من المراقبين ينظرون إليه كونه المظلة الأكثر احترافا فيما يطلق عليه "الإعلام الجهادي" والذي تتجاوز غاياته وظائف الإعلام التقليدية من إخبار وتوعية وترفيه، إلى وظائف تتعلق بالدعاية واستقطاب الأفراد للعمل لصالح التنظيم وتوظيفها في إطار حرب نفسية.

كما تهدف هذه الدراسة إلى تحديد جانب من منطلقات ومضامين الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية بحكم التأثير العقائدي والاستدعاء التاريخي الذي أحدثه، وذلك في محاولة لمعرفة المضامين لهذا الخطاب، وماذا قد يهدف من ورائه القائمون على عملية الاتصال في التنظيم. وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تصدّر المضمون الديني بواقع (16.3%) يليه المضمون الدعائي المتعلق بنظرته لنفسه (توصيف الأنا) (12.0%)، ثم مضمون العلاقات الدولية (9.0%) قبل أن يتقارب كل من المضمون السياسي والتاريخي بحدود (7.5%).
 - خطاب المجلة يعرف بالعدو (18.4%) ويؤكد على العداة مع الكفار (16.4%) قبل أن يدعو المحايدين والأنصار إلى الالتحاق بدولة الخلافة (15.9%).
 - طبيعة العلاقة بشكل عام مع الآخر كانت صدامية بدرجة أساسية بنسبة (66.7%) أو تنافسية مع غيرها من التنظيمات (23.5%) ولم تكن علاقة محايدة (1.0%).
 - احتلت فئة العلاقة (بصرف النظر عن طبيعتها) مع النظام السوري (19.3%) يليها النظام العراقي بنسبة (14.4%) ثم الغرب والاتحاد الأوروبي (13.4%)، وجاءت العلاقة مع النظام الإيراني في الفئة التاسعة من أصل 14 فئة.
 - الفئة الأولى المستهدفة: تتعلق بالأنصار والأعضاء بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة الأطراف المعادية له، وتمثل نسبة 20.4%، ثم الفئة الثانية المستهدفة: فئة المحايدين بهدف الدعوة للالتحاق بصفوف التنظيم بنسبة (17.8%).
 - وظفت اللغة استخدام المصطلحات التاريخية بشكل بدرجة كبيرة (42.2%).
- كلمات مفتاحية:** تنظيم، الدولة الإسلامية، دابق، الخطاب، الجهاد، الإعلام

Media Discourse for ISIS

Dabiq Magazine – Content Analysis

By

Ghassan Abdul-Rahman Abu-Husein

Supervised by

Prof .Dr. Hameeda Mahdi Smaesim

Abstract

The use of computational propaganda by armed faith-based organizations is on the rise. They use media and digital technology not only for political and propaganda purposes, but to extend their influence and shape their image.

Ever since the "Islamic State" declared the establishment of what it calls the "State of the Caliphate" on June 2014, it has deployed a strong media and propaganda machine, and has deftly used the Internet and social media to spread its message.

ISIS launched its own media platforms under names that carry historical significance and/or were culled from religious texts, which reflect the military confrontation with the "Crusader Army" in Dabiq (north of Aleppo).

This study explores the media discourse of ISIS insofar as it belongs to an ideological organization, or as the group describes it, "jihadi media."

Many studies have attempted to address this topic, but they have not gone deep enough in their understanding of the historical and religious perspectives inherent in this type of media discourse.

To further explore the ISIS worldview, a content analysis of the organization's media discourse was conducted. Amongst the major findings in this breakdown were the following recurring themes and components:

- Religious content: 16.3%
- Propaganda content (how they see themselves and would like to be seen): 12%
- International and current affairs: 9%
- The need for Muslims to acknowledge their enemies: 18.4%
- The need to be in a state of hostility with non-believers (kuffar): 16.4%
- The need for neutrals and supporters to emigrate to the State of the Caliphate: 15.9%
- Breaking down the entirety of ISIS discourse in different ways, the study found that relations with the "other" should be confrontational (66.7%), competitive (23.5%) and rarely neutral (1%).
- Almost one-fifth of ISIS discourse deals with the Syrian regime (19.3%), followed by the Iraqi regime (14.4%) and the West & European Union (13.4%). Discourse on Iran came in ninth out of 14 regions/states.
- The target audience is ISIS supporters, followed by neutrals.
- Historical language and terminology is used heavily (42.2%).

Keywords: ISIS, ISIL, Dabiq, Discourse, Jihad, Media

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

تمهيد

يتصاعد استخدام التنظيمات العفائية المسلحة للإعلام والتكنولوجيا الرقمية من أجل أهداف وغايات سياسية دعائية، وبسط نفوذ يتعلق بتشكيل الصورة الذهنية المراد رسمها، ومنذ إعلان تنظيم "الدولة الإسلامية في العراق والشام"، في يونيو/ حزيران 2014، عن إقامة ما يسميها "دولة الخلافة"، والذي أعاد تسمية نفسه بعد ذلك بحذف "العراق والشام" كان من الواضح أنه يمكن النظر -بهدف التحليل- إلى هذا التنظيم ضمن ما يعرف في حقل العلوم السياسية بـ "العنصر الفاعل غير الدولي" أو ما يصطلح على تسميته في اللغة الإنجليزية (NSA) Non-state actors، ويعنى بها التنظيمات ذات القدرة والقوة الفاعلة في التأثير على مسار العلاقات الدولية عبر إحداث تغيير، رغم عدم انتمائها لأي من المؤسسات والأجهزة المتعارف عليها في إطار الدولة بمفهومها الحديث، بما فيها الإعلام، أو وفق تعريف آرات فإنها "التنظيمات التي تسعى للتأثير على النتائج السياسية في دولة أو أكثر أو عبر المنظمات الدولية". (Arat, Zehra F. Kabasakal. "Looking beyond the State But Not Ignoring It 2006)

تمكن التنظيم خلال فترة وجيزة من السيطرة على مساحات واسعة من الأراضي العراقية والسورية، واستقطب الآلاف من "المهاجرين" تقدر العديد من المصادر بنحو ستة آلاف، ومنهم العديد من أصحاب الخبرات الإعلامية والتقنية، إلى جانب مقاتلين -بحسب تقديرات منظمة سوفان للاستشارات الأمنية (soufan group) ومقرها نيويورك- وصل عددهم إلى 27 ألف مقاتل، فيما

يقدرهم الباحث في شؤون الحركات الجهادية حسن أبو هنية بين ثلاثين ألف إلى خمسة وثلاثين ألف مقاتل. (حسن أبو هنية، حوار)

ومنذ الأيام الأولى لإعلانه "دولة الخلافة" وظّف التنظيم جهودا كبيرة استغادت من الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي لنشر رسالته.

أطلق التنظيم على المنصات الإعلامية الخاصة به، أسماء وعناوين ذات دلالات تاريخية، تنطلق من نصوص دينية وتبشّر بقرب المواجهة العسكرية مع "العدو الصليبي" (على غرار دابق - المعركة التي تسبق قيام الساعة بين المسلمين والمسيحيين- وأعماق) وتقدّم محتوى يوصف بالعنيف، يوظّف الصورة الثابتة والمتحركة إلى أبعد حدّ يتوخى من خلاله القائم على العملية الاتصالية في التنظيم إيقاع الرعب في نفس المتلقي.

ولذا تبحث هذه الدراسة في جانب من التجربة الإعلامية لهذا التنظيم محاولة فهم الخطاب الإعلامي لهذا النوع من التنظيمات العقائدية المسلحة، ودور البعد الديني -بحكم طبيعة التنظيم- من أجل معرفة ما إذا كانت رسالته الإعلامية تتضمن نظاما إقناعيا، خصوصا وأن مناصروه ينظرون إليه كونه المظلة الأكثر احترافا في تقديم ما يطلقون عليه "الإعلام الجهادي" مقارنة بتجارب تنظيم القاعدة وغيرها من التنظيمات الجهادية المسلحة، والذي تتجاوز غاياته وظائف الإعلام التقليدية من إخبار وتوعية وترفيه، إلى وظائف تتعلق بالدعاية واستقطاب الأفراد للعمل لصالح التنظيم وتوظيفها في إطار حرب نفسية.

مشكلة الدراسة

منذ صعود تنظيم الدولة الإسلامية نهاية يونيو/ حزيران 2014، فقد وظّف وسائل الاتصال والإعلام التقليدية والجديدة بطريقة ملفتة للنظر.

لقد لجأت العديد من الدراسات التي تناولت المشكلة التي بين أيدينا، إلى التركيز على وحشية محتوى المضمون وسعة الانتشار مع إغفال الجذور التاريخية والمنطلقات الفكرية والدينية لدى القائم على العملية الاتصالية في مثل هذه التنظيمات ودورها في صياغة المحتوى، بما يسهم في فهمها بدرجة أكبر.

وبالتالي فإن مشكلة الدراسة تتمثل في السؤال الرئيس التالي:

ما هي المضامين التي يسعى إليها القائم على الرسالة الإعلامية (تنظيم الدولة الإسلامية) لإيصالها عبر وسيلة (مجلة دابق) إلى جمهور المجلة ضمن خطابه الإعلامي؟

هدف الدراسة وأسئلتها

تهدف الدراسة إلى تحديد منطلقات ومضامين الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية" بحكم التأثير الفكري والعقدي الذي أحدثه، وذلك في محاولة لمعرفة المضامين لهذا الخطاب، وماذا قد يهدف من ورائه القائمون على عملية الاتصال في التنظيم.

ومن هذا الهدف والسؤال الرئيس للدراسة الوارد ذكرهما أعلاه تتبع الاسئلة الفرعية التالية:

1 - ما هي الجذور التاريخية والمنطلقات الفكرية والدينية لدى القائم على العملية الاتصالية في تنظيم "الدولة الإسلامية"؟

2 - ما مدى تأثير التأطير الفكري والفقهي للمحتوى العنيف في تشكيل مضمون الرسالة الإعلامية للتنظيم؟

3- أين يقع الجهاز الإعلامي في الهيكل التنظيمي لتنظيم الدولة الإسلامية؟ وما هي دلالات ذلك؟

4 - ما هي مضامين الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في نموذج مجلة دابق؟

5- الى أي مدى تلتزم مجلة دابق (موضوع الدراسة) بالممارسة الاحترافية في الشكل والمحتوى؟

7- ما هي الرسائل التي يريد القارئون على مجلة دابق إيصالها للجمهور ضمن الخطاب الإعلامي للتنظيم؟

هدف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحديد مضامين الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية الدينية والتاريخية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلاقات الدولية ونظرة التنظيم لنفسه ونظرته للآخر بحكم التأثير الذي أحدثه، وذلك في محاولة لمعرفة نوع المضامين لهذا الخطاب وأولوياتها، وماذا قد يهدف القارئون على عملية الاتصال في التنظيم من وراء هذا التنوع والمساحة التي يعطيها لكل مضمون في سياق معرفة مدى أهميته.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أنها تسلط الضوء على التجربة الإعلامية لهذا النوع من التنظيمات العقائدية المسلحة، والغايات والمضامين التي يحملها عبر رسالته الإعلامية إلى الجمهور المستهدف. كما تكمن أهميتها في الإضافة المعرفية التي يمكن أن تقدمها للباحثين الإعلاميين والسياسيين المنشغلين بمعرفة تأثير مثل هذه التنظيمات.

ومن شأن هذه الدراسة أن تساهم في كشف الواقع المهني لهذا النوع من الصحافة وعلاقتها بتشكيل الرأي العام تجاه التنظيم.

مصطلحات الدراسة

- الخطاب:

لغة: الخطاب: من خطب: الخَطْبُ: الشَّانُ أو الأَمْرُ، صَغُرَ أو عَظُمَ؛ وَخَطَبَ الخاطِبُ على المُنْبِرِ خَطَابَةً، بالفتح، وَخُطِبَةً، بالضم، هي الكلامُ المَنْتَوَرُ المُسَجَّعُ ونحوه. (ابن منظور، لسان العرب ص98)

أما في اللغة الأجنبية، فالخطاب نوع من الترجمة لمصطلح Discourse وهو مشتق من الفعل Discursere الذي يعني (الجري ذهاباً وإياباً) وهو فعل يتضمن معنى التدافع. (جابر عصفور، ص 64)

أما اصطلاحاً، فهناك من يرى أن الخطاب مرادف للكلام أي الإنجاز الفعلي للغة، كما أنه يتكون من متتالية تشكل إرسالية لها بداية ونهاية. والخطاب حسب بينفيست E. Benveniste: هو كل تلفظ يفترض متحدثاً ومستمعاً تكون للطرف الأول نية التأثير في الطرف الثاني بشكل من الأشكال.

غير أن عدم الاتفاق على مفهوم واحد للخطاب واستخداماته لم يمنع انتشار بحوث تحليل الخطاب ومن بينها تحليل الخطاب الإعلامي، الذي يعتبر تطوراً مهماً لمجال التحليل الكيفي للرسائل الإعلامية وشروط إنتاجها وتداولها وتأثيرها في الجمهور، فضلاً عن تفاعلاتها مع الظروف التاريخية والمجتمعية. (محمد شومان، إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية، 2004).

- تحليل:

عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض، ومعرفة خصائص أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها. (خالد أبوعمشة، تحليل المحتوى: مفهومه، أهميته، فوائده، خصائصه، أنواعه، شروطه)

- المحتوى/ المضمون:

كل ما يقول الفرد أو يكتب ليحقق من خلاله أهدافا اتصالية مع الآخرين، وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد/ المصدر وسماته الاجتماعية، فيصبح مظهرا من مظاهر السلوك الاجتماعي يميزه عن غيره من الأفراد، ويستهدف جمهورا محددًا بسماته واحتياجاته واهتماماته ليدرك ما في المحتوى من معاني وأفكار فيتحقق اللقاء والمشاركة بين الجمهور والمصدر.

- تحليل المضمون:

وفقا للبروفيسور الأمريكي، وليام دومهوف، فإن تحليل المحتوى، يتناول ما يدور في داخل الشبكات، ويصفه دومهوف بـ"تحليل الأفكار والسياسات أو الأيديولوجيا، المرجعية لمجموعة الأفراد والمنظمات".

وهو وصف ظاهري لمفردة أو كلمة أو نص أو خطبة أو صورة، على أن يكون كميا يمكن قياسه أو عدّه، ومنظما يصمم من أجله كشاف، وموضوعيا لا يخضع للأهواء. (كامل خورشيد، محاضرات جامعة الشرق الأوسط 2015)

- تنظيم "الدولة الإسلامية":

تنظيم عقدي مسلح يتبع أفكار السلفية الجهادية، ويعتبر وريثا لتنظيمي التوحيد والجهاد والقاعدة، يهدف أعضاؤه -حسب اعتقادهم- إلى إعادة "الخلافة الإسلامية وتطبيق الشريعة"، ويتواجد أفرادُه وينتشر نفوذُه بشكل رئيسي في العراق وسوريا مع وجود تنظيمات أخرى بايعته في مناطق من

دول أخرى مثل جنوب اليمن وسيناء وليبيا وإقليم أزواد شمال مالي وشرق نيجيريا وباكستان. أعلن التنظيم عن إقامة ما اعتبرها دولة الخلافة في العراق وبلاد الشام نهاية يونيو/ حزيران عام 2014، وبإيعاب أبا بكر البغدادي "خليفة للمسلمين". (فاطمة الصمادي-تحرير-، تنظيم "الدولة الإسلامية": النشأة، التأثير، المستقبل)

-المواقع الإلكترونية الإخبارية:

هي اصدار لا وراقي يتم إنتاجه بالاستعانة بشبكات الانترنت، وعرضه على الشبكة، أو على وسائط أخرى غير ورقية. (عبدالرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، 2011، ص).

-مجلة دابق:

مجلة إلكترونية شهرية (أحيانا غير منتظمة الصدور) باللغة الإنجليزية، وتعتبر المجلة الرسمية لتنظيم "الدولة الإسلامية" وتتضمن أخبارا ومقالات وتحليلات وحوارات وملف العدد.

حدود الدراسة

- الحدود الزمانية: وقت البدء بإجراء الدراسة (مارس/ آذار - ديسمبر/ كانون الأول 2016).

- الحدود التطبيقية: أعداد مجلة دابق الإلكترونية باللغة الإنجليزية، وعددها اثنا عشر عددا (مجتمع

الدراسة وقت إجراء الدراسة).

عينة الدراسة

عينة ممثلة: أربعة أعداد (الأول والرابع والثامن والثاني عشر)

محددات الدراسة

بهدف التغلب على استحالة الوصول إلى القائمين على العملية الاتصالية في التنظيم بسبب القيود الأمنية والصعوبات اللوجستية في الوصول إليهم، فقد لجأ الباحث لمقابلة محللين لموضوع الدراسة. غير أنه يمكن القول إن هناك إمكانية لتعميم نتائج الدراسة على مجتمع الدراسة الأصلي، بالنظر إلى تمثيل العينة للمجتمع، وتوفر صدق وثبات أداة الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول

الإسناد النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على نظريتين لهما ارتباط في مجال الدراسات الإعلامية وعلى صلة بموضوع البحث، وهما نظرية التأطير الإعلامي ونظرية الدعاية من خلال الفعل، في محاولة لتفسير موضوع الدراسة، خصوصاً وأن كلتا النظريتين تتدرجان تحت سياق نظريات التأثير الإعلامية:

نظرية التأطير الإعلامي **Framing Theory**:

تبلورت النظرية على يد عالم الاجتماع غوفمان Erving Goffman الذي طور عام 1974، مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي عبر مناقشته قدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات بحيث يحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى.

عرف غوفمان الإطار في كتابه "تحليل الأطر" (Framing Analysis) بأنه "العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها". (محمد عويس، 2008)

وتستخدم هذه النظرية لقياس وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية المنقولة في الخطاب الإعلامي حول حدث معين، أو قضية معينة، حيث أن مفهوم الإطار له دلالة إعلامية، ويسهم في

التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول الموضوعات المختلفة. (وائل نظمي، 2015، ص 17).

وتذهب الباحثة نسرین حسونة في بحثها (نظريات الاتصال) إلى أن الإطار الإعلامي "عملية تفاعلية تتم بين مكونات العملية الاتصالية بهدف إبراز جوانب محددة من القضية المطروحة، وإغفال جوانب أخرى بما يتناسب مع أيولوجية القائم بالاتصال بهدف تفسير الأحداث، وتحديد المشكلات، وتشخيص الأسباب والبحث عن حلول وتأطيرها بما يتوافق والسياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية." غير أن الفضل في تطوير نظرية التأطير الإعلامي بداية التسعينيات من القرن العشرين، ينسب إلى العالم روبرت إنتمان Entman، عندما طرح العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجانب السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية.

وباختصار يعرف إنتمان الإطار بأنه "عملية اختيار عناصر قليلة من الحقيقة المحسوسة وإلقاء الضوء عليها لترويج وتفسير وتحقيق هدف معين". (Entman, Framing Bias, 2007) ويشير إنتمان إلى أن الأطر الرئيسية يتم تشكيلها من خلال الكلمات الرئيسية "Keywords" والوصف المجازي "Metaphors" والمفاهيم "Concepts" والرموز "Symbols" والصور المرئية " Visual Images" والتي يتم التركيز عليها خلال سرد الأخبار، حيث يتم التركيز خلال هذه العملية على التكرار والتدعيم لكلمات وصور معينة بحيث يتم إبراز أفكار معينة وإغفال أخرى.

(Entman, Framing U.S. Coverage of international news, 1991)

وهو ما يتقاطع كذلك مع تعريف كل من مكاوي والسيد للإطار الإعلامي، حيث يريان بأنه "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها، وتقديم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها" (مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ص 348).

ولذا فإن تحديد وسائل الإعلام لأطر خبرية بعينها يؤدي بذلك إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها الجمهور عندما يفكرون في قضية معينة ويشكلون آراءهم تجاهها، وعليه فإن تأثير الأطر الإعلامية على الاتجاهات السياسية للجمهور يتم من خلال مستويين:

المستوى الأول: ويهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام وأثره على الفرد، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، بمعنى أن التأطير يقدم وصفا للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقا لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط.

المستوى الثاني: ويهتم هذا المستوى بقياس أطر وسائل الإعلام، وتأثيره في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، حيث أنه من خلال تركيز وسائل الإعلام على جوانب معينة تستطيع أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا ما ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا.

العوامل المؤثرة في بناء نظرية التأطير الإعلامية

حدد Scheufele في كتابه "Framing as a theory of Media Effects" ثلاثة عوامل تؤثر على بناء الإطار الإعلامي (Scheufele ص 103)، يمكن تلخيصها في:

1. المؤثرات المرتبطة بالصحفي، والتأثيرات المركزية التي تتضمن الأيدولوجية والاتجاهات، بما

ينعكس على الصياغة الخبرية للقصة.

2. التوجه السياسي للوسيلة الإعلامية وأسلوب العمل داخل المؤسسة الإعلامية.

3. تأثير المصادر الخارجية على غرار: السلطة السياسية، الرموز السياسية، أصحاب المصالح

وجماعات الضغط، المعايير والقيم الاجتماعية.

تأثير العوامل الأيدولوجية في بناء نظرية التأطير الإعلامية:

يربط الباحثون بين مفهوم الأيدولوجية ومفهوم الإطار الإعلامي، بحيث تحمل الأطر في

جوهرها وجهة نظر أيدولوجية تتحدد من خلالها المادة الخام التي يتم انتقاؤها وتلك التي يتم استبعادها

عند صياغة القصة الخبرية.

نقاط القوة في نظرية التأطير الإعلامية:

- وفقاً لـ (إسماعيل، 2003، ص 47) فإن عوامل القوة في هذه النظرية تتجلى من خلال:

- تركيزها على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.

- سهولتها وقدرتها على الوصول إلى موضوعات أو قضايا ذات تأثير على مستوى واسع

Macro، رغم أنها من الدراسات الـ Micro.

- مرونتها الشديدة، حيث يمكن تطبيقها في مجالات عدة سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية.

- إمكاناتها في مجال رصد وقياس التأثيرات السلوكية للتأطير الإعلامي في الجمهور.

وفي إطار هذه الدراسة، فإن نظرية التأطير الإعلامية تسهم في قياس وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية المنقولة في الخطاب الإعلامي للتنظيم حول حدث معين، أو قضية معينة، والتعرف على دور وسائل الإعلام (مجلة دابق) في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول الموضوعات المختلفة، من أجل التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم لما يحيط بهم من عوامل، ولاحقا في تفسير أي سلوك قد يلجأون إليه.

نظرية الدعاية من خلال الفعل **Propaganda of Deed**:

ترتبط هذه النظرية بشكل كبير مع ظهور الحركة الفوضوية، أو ما يعرف بـ "اللاسلطوية" Anarchism، التي هي فلسفة سياسية تتهم الدولة أو السلطة بالأخلاقية، وكان كارلو بياسكين أشار إلى مضمونها قبل ذلك في كتابه "العهد السياسي" عام 1857 بقوله إن "ربيع الأفكار يأتي من الأعمال وليس من أي طريق آخر".

وتلخص الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم في كتابها الحرب النفسية مفهوم هذه النظرية في نقطتين اثنتين:

1. إن الدعاية مجردة لا قيمة لها، إن لم تكن تقترن بأفعال ووقائع تعمل على تثبيت وتعميق الدلالة، فإذا كانت الدعاية البرجوازية قادرة على أن تزيل أثر الدعاية المجردة، فإنها لا تستطيع أن تمحو دلالة الواقعة.
2. إن الدعاية من خلال الحركة هي وحدها القادرة على إيقاظ ضمير الشعب ضد الظالم، فواقعة واحدة ضخمة تخدم الدعاية أكثر من آلاف المنشورات.

تطور النظرية:

انتقل مفهوم "الدعاية من خلال الفعل" من مجرد مصطلح مكتوب وتعبير فكري ليصبح على أجنحة (المؤتمر الفوضوي) الذي عقد في لندن في تموز/يوليو 1881 (ربيع، حامد، الإرهاب الدولي، ص 44).

يعتبر الفوضويون الآباء الداعمين بشكل قوي لهذه "الدعاية"، إذ يستمد مصطلح "فوضوي" باللغة الإنجليزية من اليونانية "أناركيسموس" Anarchism، ويعني "بدون حكام".

تجسد الأنموذج الأول لهذا النوع من الاتصال الدعائي ووصل قمته في فرنسا بعد ذلك، من خلال تصرفات "رافاشول وغالان وأنري" التي مهدت لمقتل الرئيس الفرنسي الرابع للجمهورية الفرنسية الثالثة (ماري فرانسوا سا دي كارنو) سنة 1894، على يد أحد أفراد الحركة الفوضوية الإيطاليين.

وكان العالم شهد أواخر القرن التاسع عشر موجة عارمة من الإرهاب، إذ جرت في سنة 1892 وحدها أكثر من ألف حادثة تفجير بالديناميت في أوروبا، ونحو خمسمائة نوع من هذا الحادث في أمريكا، وفي سنة 1898 اغتيلت الإمبراطورة النمساوية (إليزابيث إيملي أوغيني) على يد منشق إيطالي. (سميسم، حميدة، الحرب النفسية، ص132)

وتعود الجذور الفكرية للحركة الفوضوية، إلى الأفكار الاشتراكية التي سادت في القرن التاسع

عشر، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- السلطة الممثلة في الدولة هي أداة الاستبداد القادرة على شلّ النظام الاجتماعي.

- الملكية الفردية هي مبعث الظلم، ومن ثمّ ينبغي إلغائها.
 - تنعدم الحرية الكاملة والعدالة المطلقة في ظل نظام يقوم على الدولة والملكية الفكرية، ومن ثمّ ينبغي الثورة على كل سلطة منظمة.
- فيما تجسد المفهوم الثاني بتأثر الروس بمفاهيم الحركة الفوضوية، وما أفرزته، فظهر ما يسمى بالعدميين الروس.
- ظهرت حركة العدميين الروس خلال ستينيات القرن التاسع عشر، على يد (بيساريف) الذي يعتبره المؤرخون الأب المشرّع للعدمية.
- يقوم مفهوم العدمية عند بيساريف على:
- كل فعل لا يصدر عن الذات هو مرفوض ومحل إنكار.
 - الفلسفة والفن والأخلاق والدين والعادات والتقاليد تمثل عبثا.
 - لا يملك الإنسان سوى المعرفة المتأتية من الإدراك.
 - ضرورة الحطّ من مكانة القوة الحاكمة والبرهنة على إمكانية النضال ضد السلطة.
- وبعد نجاح الثورة البلشفية في أكتوبر/ تشرين الأول 1917، قدم قائد الثورة (فلاديمير لينين) بعدا جديدا لهذا النوع من الدعاية أطلق عليها "دعاية العمل".

يمكن تلخيص مفهوم لينين لـ "دعاية العمل" من خلال:

- الدعاية بواسطة العمل هي تطور للدعاية بواسطة الحقائق.
- دعاية العمل تقوم على أساس جماهيري وليس على أعمال منفردة.
- نداء القادة إلى الجماهير إنما هو بمثابة نداء إلى العمل التطبيقي.

إن الإطار التاريخي والسياق التطبيقي لهذه النظرية في التجارب المختلفة (الفرنسية والروسية) يقودنا إلى أن نفهم في سياقها -على سبيل المثال- رسالة أبي محمد العدناني، الناطق باسم تنظيم الدولة الإسلامية، والمنشورة في العدد الرابع من مجلة دابق (الناطقة باسم التنظيم) الصادر في ذي القعدة 1435هـ، حين يدعو في رسالته المعنونة "إن ربك لبالمرصاد"، يدعو من وصفهم بالموحدين من المسلمين بعدم ترك المعركة تقوتهم، ويطلب منهم أينما كانوا قتل الصليبيين الذين تشارك دولهم في الحملة ضدهم.

الخلاصة:

إن استعراض النظريتين السابقتين يأتي ضمن بناء الإطار النظري لمشكلة البحث للدلالة على المرجعية العلمية أو المعرفية التي يمكن طرح مشكلة البحث وتفسير النتائج من خلالها. (محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ص 29).

ومع استخدام نظريات التأثير الإعلامية، بحكم انتسابها إلى "العلوم البينية" التي تستفيد من الحقائق والنظريات الخاصة ببناء العلوم الأخرى بصفة خاصة علوم اللغة والنفس والاجتماع، فإن

عرضها لا يعني أنه عرض جامع بقدر ما هو مرشد للباحث للتفكير والاستدلال في الاقتراب من المشكلة التي يقوم الباحث بدراستها. (عبدالحميد، ص30)

ومن خلال استقراء النظريتين السابقتين، يتبين للباحث أن نظرية التأطير الإعلامي كانت قادرة على قياس وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية المنقولة في الخطاب الإعلامي للتنظيم حول حدث معين، أو قضية معينة، وقادرة على التعرف على دور وسائل الإعلام (مجلة دابق) في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول الموضوعات المختلفة، من أجل التأثير في معرفة الأفراد وإدراكهم لما يحيط بهم من عوامل، ولاحقا في تفسير أي سلوك قد يلجأون إليه.

في حين أن النظرية الثانية، الدعاية من خلال العمل، تمكنت من تفسير طبيعة المحتوى الذي يمثل إلى العنف في بعض أعداد المجلة موضع الدراسة.

المبحث الثاني

أدبيات الدراسة

الصحافة الإلكترونية:

شهدت أوائل الثمانينات من القرن الماضي ثورة حقيقية حيث كان الإنتاج الإلكتروني الكامل لطبعات الصحف يقترب بصورة أكبر كل يوم وفي التسعينات من القرن العشرين شهدت الصحافة ثورة حقيقة في مختلف المجالات. فظهور الحاسب الآلي وانتشار استخدامه أعطى للإعلام قوة جديدة وأرضاً خصبة بدءاً من التحرير وانتهاء بالتوزيع واكتسب قوة إضافية في صورة شبكة الإنترنت. (الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، 2011)

ويشير توني كوين Tony Quinn، في مقاله "تاريخ المجلات الرقمية" إلى عام 1982 كأول عام يستخدم فيه الناشر الإلكتروني لتوزيع مجلة، قبل أن تسجل صحيفة الديلي تلجراف نفسها كأول صحيفة تتحول إلى مطبوعة إلكترونية عام 1994، وفي العام الذي يليه بدأ الاستفادة من توزيع المجلة على أقراص CD Rom، وفي عام 1999 ظهر أول جهاز لوحي محمول يمكنه حفظ نحو عشرة كتب بشكل إلكتروني بما يتسع لأربعة آلاف صفحة (في ذلك الحين) ويتيح للقارئ تحميل كتب ومجلات إلكترونية.

سُجِّل عام 2001 أول نسخ لمجلات وصحف إلكترونية بصيغة PDF، التي كانت تتيح

للقارئ في ذلك الوقت القراءة دون خاصية التفاعل مع النص بالنقر والانتقال إلى موضوع آخر.

لكن عام 2006 كان فارقا من حيث ظهور بعض المجلات على غرار Condé Nast puts Glamour, GQ and Vogue على اليوتيوب وبدء تنزيل نسخ من مجلة Glamour و GQ على الهواتف المحمولة.

وفي وقت لاحق وتحديدا في فبراير/ شباط 2016 أعلن ملاك صحيفة الإندبندنت عن تحول صحيفة Independent on Sunday إلى الصيغة الإلكترونية فقط.

التأثير الإيجابي للصحافة الإلكترونية:

- ظهور الصحافة الإلكترونية لا تعني انقراض الصحافة الورقية بل أنها خيار آخر.
- فتحت أبوابا كبيرة للربح للمؤسسات الصحفية عليها أن تستغلها.
- ظهرت الوسائط المتعددة من نص وصورة وصوت وفيديو وتقنيات الإعلام الجديدة وقنوات الاتصال الأخرى.
- توفر كماً ضخماً من المعلومات.
- توفر فرص للوصول الى مجالات شديدة التخصص.
- خاصية التنوع.
- خاصية المرونة.

التأثير السلبي للصحافة الإلكترونية:

- نقص مهارات عدد من العاملين.
- نشر بعض الأخبار دون التأكد.
- بطء وعدم فاعلية شبكة الإنترنت.
- ضعف برامج قراءة النص العربي.
- ضعف المحتوى هي من أبرز معوقات النجاح.

فئات الصحافة الإلكترونية:

الأولى: مواقع تابعة لمؤسسات صحافية تقليدية كالصحف.

الثانية: الموقع الاخبارية كالبوابات الإعلامية.

الثالثة: الصحف الإلكترونية البحتة التي ليس فيها صحف مطبوعة.

أنواع المجلات الإلكترونية:

المجلة المطبوعة "Print Magazine": وهي الصيغة الإلكترونية المحفوظة للمجلة بصيغة

PDF بحيث تحتفظ بشكل المجلة المطبوعة التقليدية، وتتيح طباعتها بذات الشكل.

تطبيق المجلة الإلكترونية "Digital Magazine App": وهو التطبيق الذي يتاح عبر الأجهزة

اللوحية والهواتف الذكية.

تاريخ المجلة:

تعتبر مجلة السيد (The Gentleman's Magazine) التي صدرت في لندن في شهر يناير/ كانون الثاني عام 1731 من قبل السيد إدوارد كيف، هي أول مجلة موجهة تصدر في العالم لعامة الناس.

وكان إدوارد كيف هو أول من استخدم كلمة "magazine" والتي هي من أصل عربي هو مخزن وكانت تستخدم في ذلك الوقت لوصف المخازن العسكرية التي تحوي المواد المتنوعة. طوّر إدوارد فكرة المطبوعة التي تغطي جميع المواضيع التي تهتم عامة المثقفين بدءاً من التجارة وليس انتهاء بالشعر.

حاول إدوارد عدة مطابع ودو نشر في لندن بتبني فكرته، لكن أحداً لم يتحمس للفكرة، ما دفعه إلى إصدار المجلة بنفسه ووهبها كل طاقته ووقته، وتمكن خلال وقت وجيز من أن يدفعها لتكون أكثر الدوريات شهرة وتدرّ عليه المال الوفير.

تنظيم الدولة الإسلامية

ينتمي تنظيم "الدولة الإسلامية" التي كانت تسمى سابقاً "الدولة الإسلامية في العراق والشام" إلى تيار السلفية الجهادية وهو يضم عناصر من جنسيات مختلفة تقاتل في العراق وسوريا على جبهات متعددة.

التأسيس:

تعود الجذور القريبة لتنظيم "الدولة الإسلامية" إلى جماعة التوحيد والجهاد التي أسسها الأردني أبو مصعب الزرقاوي عام 2004 بعد غزو العراق من قبل الولايات المتحدة الأمريكية. في حين يمكن أن الجذور البعيدة تعود إلى تيار السلفية الجهادية. (تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل، (2016)

في عام 2006 أعلن الزرقاوي مبايعته زعيم تنظيم القاعدة السابق أسامة بن لادن ليصبح تنظيم قاعدة الجهاد في بلاد الرافدين. كما أعلن في العام ذاته تشكيل مجلس شوري المجاهدين بزعامة عبد الله رشيد البغدادي.

لكن الزرقاوي قتل بغارة أمريكية على مدينة هبهب بمحافظة ديالى في أواسط العام ذاته، فجرى انتخاب أبو حمزة المهاجر زعيما للتنظيم، وتم أيضا تشكيل "دولة العراق الإسلامية" بزعامة أبو عمر البغدادي.

وفي 19 أبريل/ نيسان 2010 قتلت القوات الأمريكية والعراقية أبو عمر البغدادي وأبو حمزة المهاجر. وبعد حوالي عشرة أيام، انعقد مجلس شوري الدولة ليختار أبو بكر البغدادي خليفة له.

أبو بكر البغدادي عراقي يدعى ابراهيم بن عواد بن إبراهيم البدري السامرائي من مواليد عام 1971 في مدينة سامراء.

إعلان الدولة:

في 9 أبريل/نيسان 2013، ظهر تسجيل صوتي منسوب لأبي بكر البغدادي يعلن فيه أن جبهة "النصرة" في سوريا هي امتداد "لدولة العراق الإسلامية"، وأعلن فيه إلغاء اسمي "جبهة النصرة" و"دولة العراق الإسلامية" وتوحيدهما تحت اسم واحد وهو "الدولة الإسلامية في العراق والشام".

قبلت جبهة النصرة الانضمام إلى تنظيم الدولة في بداية الأمر بتحفظ. إلا أن الخلافات والمعارك بدأت بعد أن اتهمت الجماعات المعارضة الأخرى بما فيها "النصرة" تنظيم الدولة بمحاولة الانفراد بالسيطرة والنفوذ والتشدد في تطبيق الشريعة وتنفيذ إعدامات عشوائية، خاصة وأن هذا التنظيم اعترض علنا على طلب أيمن الظواهري -زعيم تنظيم القاعدة- بالتركيز على العراق وترك سوريا لـ"جبهة النصرة".

(تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل، 2016)

خلافات المرجعية:

وقد كشف خلاف تنظيم الدولة والنصرة -الذين يستلهمان فكر القاعدة- واقتتالهما في سوريا عن خلافات أعمق بين قادة تنظيم الدولة وأيمن الظواهري زعيم القاعدة الذي يفترض أنه المرجع القيادي للجماعات الجهادية.

فقد هاجم أبو محمد العدناني -المتحدث باسم تنظيم الدولة- الظواهري في مايو/ أيار 2014

نافيا أن يكون التنظيم فرعا من القاعدة قائلا إنها "لم تكن يوما كذلك".

أما عصام البرقاوي (أبو محمد المقدسي) الموصوف بأنه المرجع الروحي للتيارات السلفية الجهادية ولأبي مصعب الزرقاوي، فانقد بدوره تنظيم الدولة وحمله مسؤولية فشل الصلح مع جبهة النصرة في سوريا وكال الثناء بالمقابل لزعيم الأخيرة أبي محمد الجولاني.

موقع المؤسسة الإعلامية في الهيكل التنظيمي

تشير المعلومات المتوفرة حول موقع المؤسسة الإعلامية في تنظيم الدولة الإسلامية -الذي فقد في عام 2016 اثنين من قياداته الإعلامية- أنه يؤمن بالدور المؤثر للدعاية والإعلام من حيث موقع هذين الرجلين: الأول وهو أبو محمد العدناني، الناطق باسم التنظيم والذي كان يعتبر الرجل الثاني في التنظيم بعد أبي بكر البغدادي. (تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل، 2016)

أما الرجل الثاني، فهو ما كان يعرف بأمر ديوان الإعلام المركزي في التنظيم أو وزير إعلام التنظيم أبو محمد الفرقان واسمه الحقيقي (وائل عادل الفياض) الذي كان يشرف على الإصدارات الدعائية وأحد أعضاء مجلس الشورى، الأمر الذي يشير إلى مدى قربيه من صنع القرار.

تسمية المجلة "دابق"

تورد المجلة في عددها الأول، سبب إطلاق اسم "دابق" عنواناً للمجلة، حيث تشير إلى أنه "مأخوذ من منطقة يطلق عليها اسم "دابق" في الريف الشمالي لحلب بسوريا، وهي قرية تتبع حالياً لمنطقة إعزاز بمدينة حلب، وتبعد عن الأخيرة ما يقارب خمسة وثلاثين كيلومتراً.

وقد ذكر اسم هذا المكان في حديث نبوي شريف مروياً عن الصحابي أبي هريرة رضي الله عنه، في كتاب صحيح مسلم، باب "فتح القسطنطينية وخروج الدجال ونزول عيسى ابن مريم"، والذي يحمل

رمزية عالية في كونه مواجهة بين المسلمين والروم قبل قيام الساعة أو ما يعرف بالملحمة الكبرى التي هي من أشرار الساعة. إلى جانب اسم آخر أطلقه التنظيم على وكالة الأنباء الخاصة به وهو "أعماق". وفي هذا الاختيار مؤثر واضح على توظيف البعد الديني التاريخي في دعم هذه المنصة الإعلامية لفلسفة التنظيم في توظيف البعد الديني لصالح رسالته الإعلامية بل وإعطاء قدر من النبوءة فيما يخص المواجهة مع أعدائه ورفع الروح المعنوية لدى مقاتليه. (صحيح مسلم، الحديث رقم 2897)

نص الحديث:

حدثني زهير بن حرب حدثنا معلى منصور حدثنا سليمان بن بلال حدثنا سهيل عن أبيه عن أبي هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال: لا تقوم الساعة حتى ينزل الروم بالأعماق أو بدابق فيخرج إليهم جيش من المدينة من خيار أهل الأرض يومئذ، فإذا تصافوا قالت الروم خلوا بنا وبين الذين سبوا منا نقاتلهم، فيقول المسلمون لا والله لا نخلي بينكم وبين إخواننا فيقاتلونهم فينهزم ثلث لا يتوب الله عليهم أبدا ويقتل ثلثهم أفضل الشهداء عند الله ويتفتح الثلث لا يفتنون أبدا فيفتحون قسطنطينية فيما هم يقتسمون الغنائم قد علقوا سيوفهم بالزيتون إذ صاح فيهم الشيطان إن المسيح قد خلفكم في أهليكم فيخرجون وذلك باطل، فإذا جاءوا الشام خرج، فيما هم يعدون للقنال ويسوون الصفوف إذ أقيمت الصلاة فينزل عيسى ابن مريم صلى الله عليه وسلم، فأتمهم، فإذا رآه عدو الله ذاب كما يذوب الملح في الماء، فلو تركه لانداب حتى يهلك ولكن يقتله الله بيده فيريهم دمه في حربته.

(الحديث رقم 2897، صحيح مسلم)

غير أن الباحث الدكتور خالد الحايك يشكك في صدقية المسند إليه وهو سهيل الذي يروي الحديث عن أبيه، حيث أنه يركز في ذلك على أن الإمام البخاري لم يأخذ عنه (سهيل) أحاديث في

صحيحه، إلى جانب ما يقول (الحايك) إن لفظ "المدينة" إنما يطلق على "المدينة المنورة" وليس "مدينة حلب". (الحايك، المورد العذب الرائق في حديث الأعماق ودابق)

مواضيع المجلة

وفق افتتاحية العدد الأول من مجلة دابق، فإن هذه الدورية تركز على قضايا:

- التوحيد
- المنهج
- الهجرة
- الجهاد
- الجماعة

كما أنها تحتوي على تقارير الصور والأحداث الجارية، والمواد الإعلامية بشأن المسائل ذات الصلة بالدولة الإسلامية.

ويلاحظ بأن المجلة دأبت في أعدادها وبشكل دوري على الاحتفاء بمقولة أبي مصعب الزرقاوي، الأب الروحي للتنظيم والتي يذكر فيها دابق: "إن الشرارة قد انقذت في العراق وسيتعاضم أوراها بإذن الله حتى تحرق جيوش الصليبيين في دابق."

الناشر: مركز الحياة للإعلام

مؤسسة إعلامية تابعة لتنظيم الدولة الإسلامية تم إنشاؤها في مايو/ أيار 2014، تتولى مهمة إنتاج المحتوى الإعلامي الموجه بدرجة أساسية لغير الناطقين باللغة العربية، حيث يصدر إلى مجلة دابق Dabiq باللغة الإنجليزية، نشرة النبأ (باللغة العربية)، مجلة دار الإسلام (باللغة الفرنسية)،

مجلة القسطنطينية Constantinople (باللغة التركية)، مجلة مصدر Istok (باللغة الروسية) ومجلة التقنية الجهادية Kybernetiq (باللغة الألمانية).

إلى جانب مواد دعائية بأكثر من عشر لغات. ويقوم المركز بالإنتاج حسب الحاجة لمقاطع الفيديو والإصدارات المرئية والصوتية ذات التقنية العالية الموجهة للغرب.

إلى جانب مؤسسة الحياة للإعلام الناشرة لمجلة دابق، فهناك عدد من المؤسسات التي تتاطبها وظائف أخرى، من أشهرها: مؤسسة أجناد، مؤسسة الفرقان، مؤسسة الغرباء، مؤسسة الإسراء، مؤسسة الصقيل، مؤسسة الوفاء، مؤسسة نسائم للإنتاج الصوتي، وكالة أنباء أعماق، إذاعة البيان. (SITE).

جذور الممارسة الإعلامية في فكر وتطبيق تنظيم الدولة الإسلامية

من حوار للباحث مع حسن أبوهنية - المختص في شؤون التنظيمات الجهادية

نظرة تاريخية :

تنبّه المنخرطون في التنظيمات العقائدية المسلحة "الجهادية" منذ فترة بعيدة لما يطلقون عليه "الإعلام الجهادي"، فمع ظهور حركات محلية في مصر (جماعة الجهاد الإسلامي) وفي العالم العربي خلال فترة السبعينيات من القرن العشرين، كانت تصدر بعض البيانات والنشرات رغم قلة الإمكانيات التقنية مقارنة بالتطور الذي يشهده الإعلام في الوقت الحالي.

كانت "التجربة الإعلامية" تعتمد على وسائل بدائية: مثل نشر بيانات بأسماء متعددة: جماعة الجهاد .. الجماعة الإسلامية، غير أن الحرب الروسية على أفغانستان التي استمرت ما بين عامي

1979 و1989، والتي أطلقت محطة "الجهاد الأفغاني" أو ما يسمى بـ "الجهاد التضامني" (وفق ما أطلق عليه الدكتور عبدالله عزام الذي أسس لمشاركة العرب في ذلك الجهاد، كما أسس للتجربة الإعلامية التي أطلق عليها مجلة "الجهاد" الأوسع انتشاراً، والتي توسعت فيما بعد لتشمل مجلات وإصدارات أخرى لفصائل على غرار مجلة "البنيان المرصوص". (أبو هنية، 2016)

لكن مع ظهور تنظيم القاعدة وتشكيل الجبهة الإسلامية العالمية عام 1998، بدأ هناك نمط آخر من التطور في استخدام تقنيات (حديثة) حيث بدأت تدخل شبكة الإنترنت في الاستخدام، وبالتالي أصبحت (هذه التنظيمات) تستثمر هذه الشبكة في (إنشاء) مواقع (أخذت بداية الصبغة) الدعائية، مثل موقع عزام وموقع النداء، موقع الحسبة، وبدأت تنتج إلى جانب النشرات والكتب الدعائية، والبيانات الصوتية وبعض الأفلام البسيطة، لكن—إذا نظرنا إلى (الإنتاج) على صعيد الحجم والكم، فقد بقي تنظيم القاعدة يصدر كل فترة إما بيانا (مكتوباً) أو بيانا صوتياً أو شريطاً مصوراً، على فترات متباعدة، وبالتالي (ظلت التجربة تراوح) في مرحلة بدائية.

إذ أنشأ تنظيم القاعدة مؤسسة السحاب (الإعلامية)، وإذا ما عدنا للمحتوى فقد كانت في العادة خطابات زعيم التنظيم أسامة بن لادن أو نائبه أيمن الظواهري أو بعض الأشرطة الدعائية لاحقاً لأبو يحيى الليبي عطية الله المنظرين الاستراتيجيين الشرعيين والعمليتين.

كانت النقطة الأبرز هي التي تلت هجمات 11 سبتمبر/ أيلول 2001، وتطور شبكة الإنترنت، واحتلال العراق، (وذلك حين) أنشأ أبو مصعب الزرقاوي تنظيم التوحيد والجهاد في عام 2003، بعد احتلال العراق، ثم أعلن بيعته للقاعدة عام 2004، إذ بدأت (تجربتهم الإعلامية) تتطور شيئاً فشيئاً

وشهدنا هناك تحولاً في طبيعة استخدام الرسالة الإعلامية بشكل أكثر، وأخذوا يصورون "المشاهد المعركة" و(العنيفة) أكثر، حيث دخلت مشاهد لعمليات قطع الرؤوس التي نفذها أبو مصعب الزرقاوي (بحق الصحفي الأمريكي) نيكولاس بيرغ، عام 2004، بينما لم يلجأ تنظيم القاعدة إلى مثل هذه (الممارسات الإعلامية).

جذور المنطلقات الفقهية والفكرية

يمكن القول بأن اختلافاً شاب المرجعية الفكرية لتنظيم القاعدة عن تنظيم الدولة الإسلامية، فالقاعدة سليلة فكر سيد قطب (أبرز منظري جماعة الإخوان المسلمين) وبالتالي فهي ذات طبيعة سياسية، فسيد قطب مثل نوعاً من السلفية الحركية، وهو ما نجد عليه معظم رموز القاعدة الذين إما كانوا قريبين من جماعة الإخوان أو من الحركة السلفية، في حين أن مرجعية الزرقاوي مختلفة، إذ يمثل أبو محمد المقدسي (مرجع الزرقاوي) تيار السلفية الوهابية، والأمر ذاته مع أبو عبدالله المهاجر، الذي كانت تدرس كتبه وتحديداً كتاب "فقه الدماء" في التنظيم، وعليه فإن الجهاد (عند الزرقاوي) لم يكن جهاد نكاية لدفع الغرب، حيث لا يوجد تفكير لدفع الأمة لبناء دولة، في حين أن الزرقاوي كان يريد أن يقيم دولة وحكم منذ البداية، وهذا هو الفارق الأساسي (الذي يؤسس لفهم تجربة تنظيم الدولة الإسلامية العسكرية والإعلامية).

تأثر الرسالة الإعلامية بالمرجعية الفكرية السائدة لـ "الجهاد"

تأثرت التجربة الإعلامية لهذه التنظيمات التي سبقت تنظيم الدولة الإسلامية بالمرجعيات، ويمكن تأطيرها في ثلاث مراحل، صبغت كل مرحلة منها إطارها الفكري والعقدي على التطبيق الإعلامي:

- مرحلة الجهاد التضامني:

وهي المرحلة التي أسس لها عبدالله عزام، إذ كان الجهاد تضامنيا مع مسلمي أفغانستان (ومحصورا داخل الإطار الجغرافي لها) ولم يكن هناك رسالة إعلامية تتضمن مهاجمة الغرب بشكل عام (بوصفه) العدو البعيد، ولا تتضمن (الرسالة الإعلامية مهاجمة) العدو القريب ممثلا في المرتدين والأنظمة الحاكمة.

- مرحلة جهاد النكاية:

بعد انهيار الاتحاد السوفييتي وخروجه من أفغانستان عام 1989، انتقلت التجربة مع ظهور تنظيم القاعدة ولاحقا الجبهة الإسلامية العالمية عام 1998، إلى مهاجمة العدو البعيد في إطار (موجة) العولمة حينذاك، وتؤمن مدرسة "جهاد النكاية"، بأن قيمة ضرب العدو البعيد تدفعه للانسحاب وهي الرسالة التي ظل يركز عليها في كل خطابه.

- جهاد التمكين والسيطرة:

يعتبر أبو مصعب الزرقاوي سليل ما توصف بأنها مدرسة أخرى، وهي مدرسة جهاد التمكين والسيطرة، إذ كان يركز مباشرة على العدو القريب والعدو البعيد، بمعنى اندماج البعدين الجهاديين،

ولذلك يلاحظ بأنه حتى في خطاب البيعة الذي قدمه لزعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن، استمر الزرقاوي فترة ستة أشهر محاولاً تجسير "الأنماط الجهادية"، فكان يؤكد في خطاب البيعة لابن لادن (بإضافة) والمرتدين (إلى جانب) الصليبيين.

ووفقاً للباحث هاني نسيرة، فإن شيخ الإسلام ابن تيمية غدا محل صراع عليه، بين سلفيات جهادية، على رغم ما بينها من تباينات، وسلفيات جهادية تدّعي أنها السلفية الحقيقية وغيرها من ادعاء السلفية، وتقدم قراءتها الخاصة لتراثه وفقهه في تفسير العدو القريب والعدو البعيد. (هاني نسيرة، متاهة الحاكمة، 2015)

تأثير التجربة الإعلامية بطبيعة الجهة الحاضرة

مثلت عملية قتل أبو مصعب الزرقاوي لنيكولا بيرغ بشكل مشهدي (مشهد الذبح) أبرز حالة قتل تثير الجدل داخل أوساط التنظيم، فتنظيم القاعدة لم يفعل ذلك على الإطلاق، وكان هناك تحفظ ليس فقط على عملية القتل وإنما على المشهدية، والتي اعتبرت (حالة) مشهدية مبكرة من قبل تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين، حيث (أصبحت) عملية التهيب جزءاً من الرسالة الإعلامية. ويمكن النظر إلى هذا الجزء من التطور في (توظيف الإعلام لحالة مشهدية عنيفة)، من خلال انتقال التجربة من مرحلة الجهاد التضامني (الذي قاده) عبدالله عزام وجهاد النكاية مع أسامة بن لادن والقاعدة، إلى جهاد التمكين والسيطرة مع أبو مصعب الزرقاوي، حيث (نجد أن) أبو مصعب الزرقاوي أقرب إلى خط (القائد الجهادي السعودي في الشيشان) خطاب الذي كان مشهدياً، حيث لا يتحرك أي حركة دون أن

يرصدها (ويوثقها)، وإذا ما تم العودة إلى الأشرطة التي سجلت مع خطاب، فقد كان يسجل كل شيء يتعلق بالعمل الجهادي.

كانت رسالة خطاب والزرقاوي تستند إلى التهيب بشكل أساسي وإظهار مظهر القوة، وكلاهما (الزرقاوي وخطاب) كانت لديه مرجعيات، فإذا ما عدنا إلى مرجعية الزرقاوي سنجد أبو عبد الله المهاجر، أبو بكر الناجي، حيث أن (الزرقاوي) يريد أن يزرع الرعب كجزء من رسالته الإعلامية، ومن ثم فالاستراتيجية العسكرية انعكست على الاستراتيجية الإعلامية.

في الوقت الذي كان تنظيم القاعدة (يكتفي) بإرسال رسالة ذات طبيعة سياسية، فاستراتيجية القاعدة كانت تقوم على مبدأ حرب الأنصار، بمعنى أنه: يريد أن يجلب إليه الناس، وعلينا ألا نتوسع، نحن (القاعدة) نعرض هدنة على أوروبا، (كان ابن لادن) يعرض هدنة على أمريكا ويخاطب الشعب الأمريكي، كان يحاول جلب الحاضنة الاجتماعية، في حين أن الزرقاوي مع خطاب كانا يرفضان الاعتراف بمبدأ الحاضنة الاجتماعية وحروب الأنصار، بل كان (الزرقاوي) يدمج بين أنماط من الحروب الهجينة، ولماذا ذلك؟

(تفسير ذلك) أن تكوين تنظيم الزرقاوي يختلف عن تكوين تنظيم القاعدة، فتكوين الأخيرة تكوين شرعي (بدءاً) من أبي حفص إلى أيمن الظواهري إلى عطية الله، بينما حين جاء الزرقاوي إلى العراق اندمج مع القوى العسكرية والمحلية في العراق، ورغم أن بعض الأردنيين من شبكة هيرات عمل مع الزرقاوي، لكن كان معه ضباط في الجيش العراقي، على غرار ثامر الدليمي، والذي فيما بعد نفذت (عن طريقه) سجي الريشاوي العملية، وأبو عزام، كلهم كانوا ضباطاً في الجيش العراقي ولاحقاً سوف تظهر هذه

النزعة المحلية للضباط العسكريين والأمنيين في داخل النظام العراقي (سابقاً) والذي تم تهميشه بفعل الاحتلال (الأمريكي-البريطاني)، ومحاولة ما أطلق عليه اجتثاث البعث والمساءلة والعدالة والنزج بهم في السجون.

هذا النمط (الهجين) انعكس على شبكة الزرقاوي بشكل كبير، الأمر الذي كان مستغرباً من القاعدة، وإحدى نقاط الجدل كانت حول كيف يبيّن (الزرقاوي شريطاً) لقطع رأس بيرغ، وصولاً إلى ذبح عشرة آخرين بيده نفسه، وهو ما أكسبه لقب "أمير الذباحين" في الفضاء الجهادي، هذه الصورة المشهدة لم تكن معروفة من قبل.

أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة

في حين تقدم دراسة الباحث محمد الراجي "تحليلاً لأبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة من استراتيجيات القائم بالاتصال في تنظيم المحتوى، وتحديد الوسائط الأكثر ثراءً لإيصال رسالته في سياق الحرب النفسية التي يخوضها التنظيم ضد خصومه؛ لذلك يجهد لأن تكون شبكات التواصل الاجتماعي (اليوتيوب وتويتر) الوسيط الحامل لأيديولوجيته، والعنوان الدال (عنوان الهوية الإلكترونية) على كينونته، ساعياً إلى "تطبيع" مرجعيته الفكرية والعقائدية مع المستخدمين و"تسييل" العنف المتوحش عبر هذه الوسائل، وإبراز خصوصية الـ"نحن" (دولة الخلافة) التي تواجه الـ"هم" (الصليبيين والمرتدين) في صراع وجودي أزمي؛ وهو ما يُفسّر جزئياً الحرب الإلكترونية التي تخوضها دول التحالف ضد تنظيم الدولة لمحاصرته إعلامياً، والحيلولة دون تمدده في الفضاء الرقمي والسيطرة عليه؛ باعتبار أن إنتاج الخطاب يمثل القوة والسلطة".

تأثر التجربة الإعلامية بال تفسير الديني للنصوص

في أيلول/ سبتمبر 2003، انضم إلى جماعة التوحيد والجهاد التحق أحد الأشخاص الشرعيين من الأردن ويدعى أبو أنس الشامي، حيث أصبح مسؤول اللجنة الشرعية، وأصدر فتوى تبرر هذه المشهدية، ومن ثم فإن هذه المشهدية (الإعلامية العنيفة) كانت تبرر الجانب العسكري وتتبعه كما يرى أبو هنية.

الممارسة الإعلامية و"المحتوى العنيف"

في كتابه "إدارة التوحش"، يعرف أبو بكر الناجي (اسم حركي)، إدارة التوحش، بأنها إدارة

الفوضى المتوحشة التي قد تنشأ عند سقوط الدول الكبرى بصرف النظر عن دينها.

ووفقا للناجي فإن مهمات إدارة التوحش في صورتها المثالية التي تتفق مع مقاصد الشرع، تتمثل في:

- نشر الأمن الداخلي.
- توفير الطعام والعلاج.
- تأمين منطقة التوحش من غارات الأعداء.
- إقامة القضاء الشرعي بين الناس القاطنين مناطق التوحش.
- رفع المستوى الإيماني والكفاءة القتالية لشباب منطقة التوحش، وإنشاء المجتمع المقاتل بكل فئاته وأفراده.

يقسّم الناجي المراحل التي تمر بها الدولة الإسلامية إلى ثلاث مراحل:

- مرحلة شوكة النكاية والإنهاك
- مرحلة إدارة التوحش
- مرحلة شوكة التمكين (قيام الدولة)

ووفقا للناجي، فإن مرحلة إدارة التوحش تستند في دعمها اللوجستي على المال وتوفير محطة

لانتقال الأفراد وإيواء العناصر، والإعلام.

والاستراتيجية الإعلامية التي يقترحها تستهدف:

- التركيز على فئتين: فئة الشعوب، بحيث تدفع أكبر عدد منها للانضمام والجهاد، والفئة الثانية: هم جنود العدو أصحاب الرواتب الدنيا لتدفعهم للانضمام أو الفرار من الخدمة العسكرية.
- تطوير الاستراتيجية الإعلامية بحيث تصل وتستهدف بعمق القيادة الوسطى من جيوش الردة لدفعهم للانضمام والجهاد.
- إقامة خطة إعلامية تستهدف في كل هذه المراحل تبريرا عقليا وشرعيا للعمليات خاصة للشعوب.
- أن تمتاز هذه الخطة الإعلامية بالشفافية والاعتراف بالخطأ أحيانا مما يكشف أكاذيب وحيل العدو ويرسخ انطباع الصدق عن هذه التنظيمات عند الشعوب.
- تقوم الاستراتيجية الإعلامية -في حال نجاحها- بدور استقطاب الشباب للقدوم إلى مناطق إدارة التوحش استنادا إلى قيم الشفافية والصدق في هذه الاستراتيجية وإلى التعاطف المتوقع.

- فهم السياسة الإعلامية للخصوم والتعامل معها هام جدا في كسب المعركة العسكرية والسياسية.
- التأكد من وصول الرسالة الإعلامية إلى عامة الشعوب وليس النخب.
- تأمين وصول الرسالة الإعلامية بذات القدر الذي تؤمن فيه العمليات العسكرية، حتى وإن تعرض الفريق لخطر قتالي أو لو اضطروا لأخذ رهينة من أجل دعوة وسائل الإعلام لشرخ مطالبهم.
- توظيف التغطية الإعلامية للمناطق الآمنة في مناطق إدارة التوحش من شأنه استقطاب الناس إلى الهجرة والتحرك نحو هذه المنطقة.

سياسة دفع الثمن:

يدعو الناجي إلى سياسة دفع الثمن في مواجهة إجرام العدو، بحيث تحقق ردعا للعدو تجعله يفكر ألف مرة قبل مهاجمة المناطق المدارة بنظام إدارة التوحش، وهو لا يستثني في ذلك العدو الصليبي ولا العدو المرتد، بل إنه يوجه لاتباع سياسة الشدة في سيناريو افتراضي لضرب سفارة عربية، بحيث أنه إذا لم يتم تنفيذ المطالب يتم تصفية الرهائن بصورة مروعة تقذف الرعب في قلوب العدو وأعدائه. (المصدر ذاته)

الخطاب الإعلامي وتوسع رقعة الأعداء :

يتبع تنظيم الدولة خطى أبومصعب الزرقاوي الذي يدين بمرجعيته الشرعية إلى شخصيتين:

أبو عبدالله المهاجر (شيخ الزرقاوي)، وأبو محمد المقدسي الذي كانت مرجعيته بالكامل سلفية وهابية نجدية، وكذلك الأمر عند أبي عبدالله المهاجر.

ومنذ عام 2001 حين كانت كتب أبو عبدالله المهاجر تدرس في شبكة هيرات، مروراً بتأسيس جماعة التوحيد والجهاد على يد الزرقاوي في العراق، ومبايعته لاحقاً لتنظيم القاعدة حيث أصبح تنظيم القاعدة في بلاد الرافدين، ثم بعد مقتل الزرقاوي في يونيو/ حزيران 2006، وتأسيس دولة العراق الإسلامية ثم تطوراتها اللاحقة بتولي أبو عمر البغدادي ومن بعده أبو بكر البغدادي (الإمارة) في 2010، عبر هذا السياق التاريخي كانت مرجعية الزرقاوي وأبو عبدالله المهاجر هي الحاسمة وليست المرجعية التقليدية لعبدالله عزام وسيد قطب.

بمعنى أنه إذا تم الرجوع لكل المحتوى الإعلامي الذي يقدمه (التنظيم) فسنجده يرتكز على

السلفية "الوهابية النجدية" أكثر من ارتكازه على "السلفية الحركية القطبية". (أبو هنية، حوار)

وقد ساعد في توسع هذا الخطاب، البيئة السياسية للظرف العراقي، بمعنى أن التنظيم (كان) يواجه مجموعة من الأعداء: يواجه أمريكا كاحتلال وبالتالي فالعدو البعيد حاضر لديه، ويواجه ما يسميه الرافضة الصفويين .. إيران والشيعية وهم حاضرون لديه، ويواجه ما يسميه بالمرتدين الذين قد يكونون من الحزب الإسلامي أو ما يسمى الصحوات، فهو (تنظيم الدولة) يواجه كل هؤلاء الأعداء. ومن ثم

فإن طبيعة الأيديولوجيا تتشكل متأثرة بالوهابية النجدية أكثر منها تأثراً بالسلفية الحركية القطبية ومنهج عبدالله عزام.

فعلى سبيل المثال حين النظر إلى (مسألة الشيعة)، لم يكن تنظيم القاعدة يكفر الشيعة على الإطلاق، ولذلك في دليل التوجيهات المنهجية الذي أصدره الظواهري في أيلول/ سبتمبر 2013، نجده يقول إن علينا أن نبتعد عن الشيعة وإن الشيعة ليسوا بكفار، في حين الزرقاوي متأثراً بمرجعياته أبو عبدالله المهاجر، يقول من البداية إن الشيعة كفار وأنهم مستهدفون، وهذه إحدى نقاط الجدل والصراع بين تنظيم القاعدة وتنظيم الزرقاوي ثم أتباعه. وبالتالي فإن البيئة فرضت توسعاً أيديولوجياً في مسألة (العداوة).

ويربط أبو هنية تاريخياً للتدليل على ذلك كيف أن السلفية الوهابية في الدولة الأولى والثانية والثالثة كانت تتعامل مع الدولة العثمانية ككفار والشيعة كذلك، في حين كانت تتعامل مع المحليين كمرتدين، وبالتالي فإن أيديولوجيا السلفية الوهابية تكاد تكون متطابقة وتخدم (أيديولوجيا تنظيم الدولة).

أمثلة على المحتوى العنيف في التغطية الإعلامية

بعد سيطرة تنظيم الدولة الإسلامية، على مدينة الموصل، قام بنشر سلسلة من الأشرطة الفيديوية، حول قطع الرؤوس، بدأها بشريط مصور بعنوان "رسالة إلى أمريكا" يقوم فيها أحد أعضاء التنظيم بقطع رأس الصحفي الأمريكي جيمس فولي، تلاها في سبتمبر/ أيلول 2014، بنشر شريط آخر يحمل العنوان نفسه يتضمن قطع رأس رهينة أمريكية ثان يدعى الصحفي ستيفن سوتلوف، ولم يلبث سوى أقل من أسبوعين حتى بادر إلى إصدار شريط جديد بعنوان "رسالة إلى حلقاء أمريكا" يقوم فيها بقطع رأس رهينة بريطاني يدعى ديفيد هينز وهكذا استمر الأمر مع عدد من الرهائن، وبدا واضحا أن التغطية لمثل هذا المحتوى تأخذ طريقها كذلك إلى مجلة دابق.

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

الدراسات السابقة

- عنوان الدراسة: إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية

نموذجاً - المجلة العلمية لكلية الآداب - جامعة المنيا - 2004

الباحث: د. محمد شومان

ملخص الدراسة: هدف الباحث إلى الوقوف على مدى الدقة والوضوح في مفاهيم وإجراءات استخدام تحليل الخطاب في الدراسات العربية من خلال رصد نشأة وتطور وواقع البحوث والدراسات الإعلامية العربية التي أنجزت في مصر واستخدمت من أجل ذلك مفاهيم وأدوات ومناهج وتحليل الخطاب، خصوصاً وأن معظم هذه الدراسات قد اعتمدت على مدارس تحليل الخطاب الأوروبية وفي سبيل ذلك درس الباحث الملامح الرئيسية لمدارس تحليل الخطاب والتي أثرت على البحوث العربية في مجال تحليل الخطاب الإعلامي. كما هدف إلى الكشف عن أهم الاختلافات المعرفية والمنهجية بين مدارس تحليل الخطاب (الأوروبية) والتي تعاني من عدم الاتفاق على مفهوم الخطاب، وما هي الحدود التي يمكن أن نلجأ إليها لدى استخدام تحليل الخطاب.

• عنوان الدراسة: تحليل مضمون الخطاب الاتصالي - سوسيولوجيا فهم الآخر - قسم

الدراسات الاجتماعية في بيت الحكمة/ بغداد 2006

الباحث: د. كريم محمد حمزة

ملخص الدراسة: لم يظهر تحليل المضمون بشكل مفاجئ بل هو نتاج سنوات، وقد كان للحاجة

أثرها في تطوير ونشر آلياته وإجراءاته، غير أن أوليات طريقة تحليل المضمون تكمن في محاولات

الفهم التي يقوم بها متلقي الرسالة أو الخطاب حيث أن المحيط بهذا المتلقي تزدهم فيه الرموز وتضطره

إلى التفسير المتكرر، ومن ثم تعتمد الأمور على مرجعية الفاعل المفسر لفهم الآخر، وهو ما أكدته

كيبندوف في العلاقة بين مضمون النصوص وسياقاتها.

- عنوان الدراسة: تحليل الخطاب لمدى التمثيل الإعلامي وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي - حالة الثورة المصرية والتغيير السياسي

A Discourse Analysis of the Media Representation of Social Media for Social Change - The Case of Egyptian Revolution and Political Change

جامعة مالمو - السويد 2012

الباحث: مينا فيرا فيرا بارديسي - Minavere Vera Bardici

منهج الدراسة: أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة-عن طريق تحليل الخطاب- إلى تحديد الآلية والمقصد من المدى الحقيقي لقدرة الإعلام الإلكتروني على عكس العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي المصرية والتغيير السياسي في مصر الذي تمثل في ثورة 25 يناير.

وترى الباحثة أن هناك مبالغة في العلاقة والتأثير الذي لعبته هذه الوسائل، حيث قدم صحفيون مختلفون وبطرق مختلفة قراءة ناقدة بالغت أو قلصت من حجم هذا الدور.

أسئلة الدراسة

كيف عبّر الإعلام الإلكتروني عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في ما يصفها بالانقضاء المصرية والتغيير السياسي من حيث البلاغة والتأطير؟

وما هي أنواع المواقف الأيدولوجية المتقدمة في المقالات (المنشورة)؟

وكيف تم تمثيل النشاط الاجتماعي في المقالات؟

نتائج الدراسة

توصلت الباحثة إلى أن التغيير السياسي والاجتماعي الإيجابي الذي شهدته الثورة المصرية، هو نتاج تاريخي لفترة طويلة من الزمن والإرادة والعزيمة للنشطاء والتخطيط السليم لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، مشيرة إلى أن ما ألقه العديد من الناس بدور وسائل التواصل في خلق الثورة مبالغ فيه، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست سببا في الثورة، ولكنها القاطرة التي مكّنت الناس من تسيير الثورة.

وبعبارة أخرى فإن التكنولوجيا وحدها لا تصنع الثورات ولكنها تكون أدوات قوية ومحفزة في أيدي من يقودون الثورة.

وأثبتت الباحثة أن الخطاب الإعلامي الذي غلّف التغطية الإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعي من أجل التغيير السياسي كان إقصائيا، فحدث كالثورة وحقيقة التغيير السياسي في مصر معقد بأبعد مما تم تأطيره وتقديمه من قبل غالبية الصحفيين، الذين أهملوا عددا من القضايا والحقائق أو أقصوها عند تغطيتهم الإعلامية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي.

- عنوان الدراسة: دابق: الرسالة الاستراتيجية لتنظيم الدولة الإسلامية

Dabiq: The Strategic Messaging for the Islamic State

معهد دراسات الحرب – أغسطس/ آب 2014

الباحث: هارلين غامبر

الملخص: قامت الباحثة بقراءة معمقة للعدد الأول من مجلة دابق، حيث توقفت على مجموعة من المؤشرات والرسائل التي تهدف مجلة دابق لتقديمها إلى جمهور القراء (وفق الباحثة):

- الوحدة بين السلطة السياسية والدينية: ففي العدد الأول هناك نحو 12 صفحة تتحدث عن هذا الموضوع.

- المجلة هي وسيلة لشرح استراتيجية تنظيم الدولة الإسلامية لرؤيتها لبرنامج الحكم الذي ستطبقه على الأراضي التي تسيطر عليها.

- خطة الزرقاوي لإعادة الخلافة: حيث أن المجلة تمثل وسيلة لإيصال رسالة إلى الجماعات والتنظيمات الأخرى في كيف ينظر تنظيم الدولة لها وكيف سيتعامل معها.

المنهج: اتبعت الباحثة منهج البحث الوصفي والمنهج الاستقرائي.

النتائج: ترى الباحثة أن المجلة تمثل أدبية مهمة للتواصل مع مقاتلي الدولة الإسلامية وسكانها المستقبليين فضلا عن أعدائها.

وتقول إن إصدار مجلة دابق جاء وسيلة لتبرير السلطة الدينية، وتفوقها على التنظيمات المنافسة، وهو جزء أساسي مهم أثناء وقت الحروب. وتخلص الباحثة إلى أن مجلة "دابق" ليست مجرد دعاية فقط بقدر ما تقدم لنا رؤية "دولة الخلافة".

• عنوان الدراسة: معالجة الأفلام الوثائقية لتنظيم الدولة الإسلامية"

دراسة تحليلية: أفلام شبكة فايس أنموذجاً

جامعة الشرق الأوسط أيار/ مايو 2015

الباحث: هبة فتحي حميدات

الملخص: هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية معالجة الأفلام الوثائقية الأجنبية التي تناولت تنظيم الدولة الإسلامية، ومعرفة مدى التزام صانع الفيلم بالاحترافية في الأساليب الفنية التي استخدمها والتزامه بالصدق والموضوعية.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينتها من أربعة أفلام أنتجتها شبكة فايس

البريطانية.

استخدمت الباحثة أداتين للدراسة: تمثلت الأولى في استمارة تحليل المضمون لتحليل عينة

الدراسة، واشتملت على ثلاث وحدات: وحدة الفكرة والموضوع (ماذا قيل؟) ووحدة الفكرة والموضوع

(كيف قيل؟) ووحدة الشخصية.

أما الأداة الثانية فقد كانت أداة المقابلة لجمع البيانات والمعلومات عبر الالتقاء بشخصيات متخصصة في الأفلام الوثائقية ومنظرين من التيار السلفي الجهادي.

نتائج الدراسة:

توصلت الباحثة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وحدة الفكرة والموضوع (ماذا قيل؟) والمتمثلة في الفئات الفرعية لكل من المشاهد العسكرية وطبيعة المشاهد وأسباب القتال ومشاهد العنف ومصادر المعلومات والمناطق التي صور فيها الفيلم.

كما توصلت الباحثة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وحدة الفكرة والموضوع (كيف قيل؟) والمتمثلة في الفئات الفرعية لكل من حجم اللقطة واستخدام الموسيقى التصويرية ونمط التعليق. كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ظهور النساء والأطفال.

كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وحدة الشخصية ونوعها وشكلها ولباسها وجنسياتها.

الخلاصة:

بحكم أن الظاهرة محل الدراسة هي حديثة العهد (تنظيم الدولة الإسلامية) فقد امتازت الدراسات المنشورة عنها -رغم جديتها- بأنها قدمت الكثير من المعلومات، التي تميل إلى السردية التاريخية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

مجتمع الدراسة:

مجلة دابق: مجلة إلكترونية شهرية (أحيانا غير منتظمة الصدور) تصدر باللغة الإنجليزية، وتعتبر المجلة الرسمية لتنظيم "الدولة الإسلامية" وتتضمن أخبارا ومقالات وتحليلات وحوارات وملف العدد.

عينة الدراسة:

عينة ممثلة: أربعة أعداد (الأول والرابع والثامن والثاني عشر) من أصل اثني عشر عددا صدرت حتى مناقشة خطة الرسالة.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينتها من أربعة أعداد أصدرها تنظيم الدولة الإسلامية ضمن اثني عشر عددا.

استخدم الباحث أداتين للدراسة: تمثلت الأولى في استمارة تحليل المضمون لتحليل عينة الدراسة، واشتملت على ثلاث وحدات: وحدة المحتوى والمضمون (ماذا قيل؟) ووحدة الجمهور المستهدف (من قيل؟) ووحدة الشكل (كيف قيل؟).

أما الأداة الثانية فقد كانت أداة المقابلة لجمع البيانات والمعلومات عبر الالتقاء بالباحث حسن أبو هنية الخبير في جماعات التيار السلفي الجهادي.

ثبات أداة التحليل

تم استخراج معامل ثبات التحليل من خلال اخينار عينة عشوائية ممثلة بعدد واحد من مجلة دابق، ثم قام الباحث بتحليل العدد بناء على اداة التحليل المعدة لهذا الغرض، وقام محلل آخر بتحليل العدد نفسه، ثم قام الباحث باستخراج معامل الاتفاق عن طريق معادلة هولستي (Holsti) وهي على النحو الآتي:

$$2 \times \text{ت} \div \text{ن} + 1 = 2$$

حيث ت = عدد الحالات التي اتفق عليها المحلان

ن1 = عدد الحالات التي رمزها المحلل الاول

ن2 = عدد الحالات التي رمزها المحلل الثاني

وطبقاً للمعادلة ، فان معدل الثبات يستخرج كالآتي

$$0.86.9 = 260 \div 226 = 132 + 128 \div 113 \times 2$$

وهذا يعني أن نسبة الاتفاق بين المحللين تساوي (0.86.9) وهي نسبة مقبولة لاغراض

الدراسة الحالية لأنها تدل على نسبة اتفاق عالية، وهذا دليل على ثبات أداة التحليل.

صحيفة تحليل مضمون مجلة دابق

كشاف التعريف بفئات: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ ولمن قيل؟

فئات التحليل

الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق (لمن قيل؟)، وفيها يرصد الباحث:

1) فئة الجمهور المستهدف: ويقصد به إذا ما كان النص يوجه إلى (من 1- 7)

1- فئة الشباب

2- فئة السياسيين

3- فئة الإعلاميين

4- فئة المرأة

5- فئة المحايدين بهدف الدعوة للالتحاق بصفوف التنظيم

6- فئة الأنصار والأعضاء بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة

الأطراف المعادية له.

7- فئة الأعداء بهدف التهديد للكف عن مقاتلة التنظيم

2) فئة اللغة المستخدمة: ويقصد بها اللغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة

دابق، وتشمل (من 1-3)

1- لغة صحفية وصفية

2- لغة دعائية محملة بمضامين دينية

3- لغة بأحرف لاتينية ومسميات عربية دينية

فئة (ماذا قيل ؟) مضامين الرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها المتمثلة في مجلة دابق:

<p>3) المضمون الديني: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1- 7)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- دعوة للجهاد 2- التحاق ب"دار الخلافة" 3- عداء مع الكفار 4- تعريف بالعدو 5- أحكام فقهية تتعلق بتطبيق الشريعة 6- استخدام النص الديني، مثل: آية أو حديث أو دعاء أو أحكام فقهية أو آراء ومقولات لعلماء دين 7- مقولات لقادة التنظيم تستند لنصوص دينية تحث على طاعة أولى الأمر
<p>4) المضمون التاريخي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- إسقاط الحدث التاريخي على الحاضر 2- أو تبرير الفعل بالاستناد إلى التاريخ 3- أو استدعاء المصطلحات التاريخية
<p>5) المضمون الاجتماعي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-3)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- العلاقات الأسرية 2- القيم الأخلاقية 3- أحكام فقهية اجتماعية
<p>6) المضمون الاقتصادي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1- 7)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- الميزانية 2- العملة و"البديل الاقتصادي الإسلامي"

<p>3- العلاقات التجارية</p> <p>4- النفط</p> <p>5- الفساد الاقتصادي</p> <p>6- الزكاة</p> <p>7- أحكام فقهية متعلقة ب: الخراج والخمس والفيء والغنيمة والجزية</p>
<p>7) المضمون السياسي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-5):</p> <p>1- علاقات دولية</p> <p>2- الصراعات الإقليمية والدولية</p> <p>3- الديمقراطية والحكم</p> <p>4- شرعية نظام الحكم</p> <p>5- الإدارات المحلية</p>
<p>8) مضامين القضية الفلسطينية، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-4)</p> <p>1- تحرير فلسطين</p> <p>2- محاربة إسرائيل وكرهية اليهود</p> <p>3- نقد الفصائل الفلسطينية</p> <p>4- التوظيف الرمزي للقضية الفلسطينية</p>
<p>9) العلاقات الدولية، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1- 14)</p> <p>1- العلاقة مع الولايات المتحدة</p> <p>2- العلاقة مع الغرب والاتحاد الأوروبي</p> <p>3- العلاقة مع المنظمات الدولية</p> <p>4- العلاقة مع النظام التركي</p> <p>5- العلاقة مع النظام الإيراني</p>

<p>6- العلاقة مع النظام العراقي 7- العلاقة مع النظام السوري 8- العلاقة مع النظام الأردني 9- العلاقة مع النظام المصري 10- العلاقة مع دول الخليج 11- العلاقة مع اليمن 12- العلاقة مع النظام الروسي 13- العلاقة مع أفريقيا 14- العلاقة مع إسرائيل (الدولة اليهودية)</p>
<p>10 توصيف العلاقة مع الآخر، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-5)</p> <p>1- علاقة صدامية 2- علاقة تنافسية 3- علاقة تحالفية 4- علاقة محايدة 5- علاقة تعاون</p>
<p>11 مضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم (من 1-2)</p> <p>1- بين قادة التنظيم أنفسهم 2- بين قادة التنظيم وبين عناصر التنظيم</p>
<p>12 مضامين توصيف الأنا، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية لنفسه من خلال مجلة دابق على (من 1-7)</p> <p>1- مجاهد 2- مؤمن / مسلم 3- استشهادي 4- شجاع 5- متواضع</p>

<p style="text-align: center;">6- حازم 7- صاحب إيثار وتوضحية</p>
<p>(13) مضامين توصيف الآخر المسلم/العربي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية للآخر من خلال مجلة دابق على أنه (من 1-8)</p> <p style="text-align: center;">1- رافضي/ صفوي/ نصيري 2- منافق 3- فاسد 4- طاغوت 5- مرتد 6- خائن 7- جبان 8- مسلم</p>
<p>(14) مضامين توصيف الآخر الغربي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية للآخر من خلال مجلة دابق على أنه (من 1-7)</p> <p style="text-align: center;">1- عدو 2- كافر/ مشرك 3- صليبي 4- يهودي 5- محتل 6- جبان 7- مخادع</p>

فئة الأشكال الصحفية وعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق (كيف قيل؟) واللغة المستخدمة فيها، وفيها يرصد الباحث:

15) فئة الأشكال الصحفية: ويقصد بها الأنماط التي تقدم من خلالها مضامين الرسالة

الإعلامية في مجلة دابق، وتشمل (من 1-7)

1- الخبر الصحفي

2- التقرير الصحفي

3- التحقيق الصحفي

4- الحوار الصحفي

5- المقال الافتتاحي

6- المقال التحليلي

7- العمود الصحفي

8- الإعلان والدعاية وتشمل الآيات والأحاديث والمقولات

16) فئة عناصر الإبراز: ويقصد بها الأشكال المصاحبة للمادة التحريرية على صفحات

مجلة دابق والتي تضيف أهمية عليها، وتسهم في ظهورها بشكل أكثر وضوحاً ولاقياً للانتباه،

وتشمل (من 1- 19)

1- عنوان رئيسي

2- عنوان ممتد

3- عنوان عمودي

4- صور شخصية

5- صور موضوعية

6- صور جمالية

7- صور دعائية

8- صور عنيفة

9- صور تراثية

10- صور قيادات التنظيم

11-	صور مقاتلي التنظيم
12-	صور الراية والأختام للتنظيم
13-	صور المرأة
14-	صور الطفل
15-	صور قيادات ومقاتلي التنظيم من زاوية الإعلاء من شأنهم
16-	صور أعداء التنظيم من زاوية التقليل من شأنهم
17-	الرسم الساخر (الكاريكاتير)
18-	التصاميم التعبيرية الجرافيكس
19-	الرسوم والأشكال البيانية
(17) فئة الإخراج الصحفي: ويقصد به إذا ما كان القلب الفني (من 1-2)	
1- موحدا ودقيقا	
2- عشوائيا	

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة الاحصائية والتي هدفت الى تعرف المضامين التي يسعى إليها القارئ على الرسالة الإعلامية (تنظيم الدولة الإسلامية) لإيصالها عبر وسيلة (مجلة دابق) إلى جمهور المجلة وذلك بناء على أسئلتها وعلى النحو الآتي، سأبدأ بالإجابة على السؤال الرابع (تحليل المضمون) ثم بقية الأسئلة:

نتائج السؤال الرابع والذي نصه: ما هي مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى والشكل؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى والشكل وعلى النحو الآتي:

1- مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق من حيث المحتوى:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية

المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى، والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول(1)

التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى

الرقم	مفردات الخطاب الإعلامي في المحتوى	التكرار	النسبة المئوية
1	الجمهور المستهدف	377	16.8%
2	المضمون الديني	365	16.3%
3	توصيف الأنا	270	12.0%
4	اللغة المستخدمة	217	9.7%
5	العلاقات الدولية	202	9.0%
6	المضمون السياسي	168	7.5%
7	المضمون التاريخي	166	7.4%
8	توصيف الآخر المسلم/العربي	133	5.9%
9	توصيف الآخر الغربي	121	5.4%
10	توصيف العلاقة مع الآخر	102	4.5%
11	توصيف العلاقة داخل التنظيم	67	3.0%
12	المضمون الاجتماعي	28	1.2%
13	المضمون الاقتصادي	17	0.8%
14	مضامين القضية الفلسطينية	9	0.4%
	المجموع الكلي	2242	100.0%

يلاحظ من الجدول (1) أن مجموع تكرارات مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى بلغ (2242)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "الجمهور المستهدف" إذ بلغ تكرارها (377) وبنسبة مئوية (16.8%) في حين أن أقل تكرار لفئة "مضامين القضية الفلسطينية" إذ بلغ تكرارها (9) وبنسبة مئوية (0.4%). وفيما يلي تفصيل لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في المحتوى:

أولاً: الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (2)

التكرارات والنسب المئوية للجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق

الرقم	الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة المئوية
1	فئة الأنصار والأعضاء بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة الأطراف المعادية له.	77	20.4%
2	فئة المحايدين بهدف الدعوة للالتحاق بصفوف التنظيم	67	17.8%
3	فئة الإعلاميين	59	15.6%
4	فئة الأعداء بهدف التهديد للكف عن مقاتلة	58	15.4%

		التنظيم	
14.6%	55	فئة السياسيين	5
11.9%	45	فئة الشباب	6
4.2%	16	فئة المرأة	7
100.0%	377	المجموع	

يلاحظ من الجدول (2) أن مجموع تكرارات الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق بلغ (377)، وأن أعلى تكرار كان لفئة الأنصار والأعضاء بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة الأطراف المعادية له إذ بلغ تكرارها (77) ونسبة مئوية (20.4%) في حين أن أقل تكرار كان لفئة المرأة إذ بلغ تكرارها (16) ونسبة مئوية (4.2%).

ثانياً: اللغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة

دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (3)

التكرارات والنسب المئوية للغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق

الرقم	اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
1	لغة بأحرف لاتينية ومسميات عربية دينية	74	34.1%
2	لغة دعائية محملة بمضامين دينية	72	33.2%
3	لغة صحفية وصفية	71	32.7%
	المجموع	217	100.0%

يلاحظ من الجدول (3) أن مجموع تكرارات اللغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق بلغ (217)، وأن أعلى تكرار كان لفئة لغة بأحرف لاتينية ومسميات عربية دينية إذ بلغ تكرارها (74) ونسبة مئوية (34.1%) في حين أن أقل تكرار لفئة لغة صحفية وصفية إذ بلغ تكرارها (71) ونسبة مئوية (32.7%).

ثالثاً: المضمون الديني للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للمضمون الديني للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول(4)

التكرارات والنسب المئوية للمضمون الديني للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

الرقم	المضمون الديني	التكرار	النسبة المئوية
1	تعريف بالعدو	67	18.4%
2	عداء مع الكفار	60	16.4%
3	التحاق بـ"دار الخلافة"	58	15.9%
4	استخدام النص الديني، مثل: آية أو حديث أو دعاء أو أحكام فقهية أو آراء ومقولات لعلماء دين	57	15.6%
5	أحكام فقهية تتعلق بتطبيق الشريعة	57	15.6%
6	دعوة للجهاد	47	12.9%
7	مقولات لقادة التنظيم تستند لنصوص دينية تحت على طاعة أولي الأمر	19	5.2%
	المجموع	365	100.0%

يلاحظ من الجدول (4) أن مجموع تكرارات المضمون الديني للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (365)، وأن أعلى تكرار كان لفئة تعريف بالعدو إذ بلغ تكرارها (67) وبنسبة مئوية (18.4%) في حين ان اقل تكرار لفئة مقولات لقادة التنظيم تستند لنصوص دينية تحت على طاعة أولي الأمر إذ بلغ تكرارها (19) وبنسبة مئوية (5.2%) .

رابعاً: المضمون التاريخي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للمضمون التاريخي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (5)

التكرارات والنسب المئوية للمضمون التاريخي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

الرقم	المضمون التاريخي	التكرار	النسبة المئوية
1	استدعاء المصطلحات التاريخية	70	42.2%
2	إسقاط الحدث التاريخي على الحاضر	52	31.3%
3	تبرير الفعل بالاستناد إلى التاريخ	44	26.5%
	المجموع	166	100.0%

يلاحظ من الجدول (5) أن مجموع تكرارات المضمون التاريخي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (166)، وأن أعلى تكرار كان لفئة استدعاء المصطلحات

التاريخية إذ بلغ تكرارها (70) وبنسبة مئوية (42.2%) في حين أن أقل تكرار كان لفئة تبرير الفعل

بالاستناد إلى التاريخ إذ بلغ تكرارها (44) وبنسبة مئوية (26.5%).

خامساً: المضمون الاجتماعي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق.

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للمضمون الاجتماعي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (6)

التكرارات والنسب المئوية للمضمون الاجتماعي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

الرقم	المضمون الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
1	أحكام فقهية اجتماعية	10	35.7%
2	العلاقات الأسرية	9	32.1%
3	القيم الأخلاقية	9	32.1%
	المجموع	28	100.0%

يلاحظ من الجدول (6) أن مجموع تكرارات المضمون الاجتماعي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (28)، وأن أعلى تكرار كان لفئة أحكام فقهية اجتماعية إذ

بلغ تكرارها (10) وبنسبة مئوية (35.7%) في حين أن أقل تكرار لفئتي "العلاقات الأسرية، و القيم

الأخلاقية" إذ بلغ تكرارها (9) وبنسبة مئوية (32.1%).

سادساً: المضمون الاقتصادي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للمضمون الاقتصادي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (7)

التكرارات والنسب المئوية للمضمون الاقتصادي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

الرقم	المضمون الاقتصادي	التكرار	النسبة المئوية
1	الزكاة	5	29.4%
2	العملة و"البديل الاقتصادي الإسلامي"	4	23.5%
3	أحكام فقهية متعلقة ب: الخراج والخمس والفيء والغنيمة والجزية	4	23.5%
4	الفساد الاقتصادي	2	11.8%
5	العلاقات التجارية	1	5.9%
6	النفط	1	5.9%
	المجموع	17	100.0%

يلاحظ من الجدول (7) أن مجموع تكرارات المضمون الاقتصادي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (17)، وأن أعلى تكرار كان لفئة الزكاة إذ بلغ تكرارها (5)

وبنسبة مئوية (29.4%) في حين أن أقل تكرار لفئتي "العلاقات التجارية، والنفط" إذ بلغ تكرارها (1)

وبنسبة مئوية (5.9%).

سابعاً: المضمون السياسي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للمضمون السياسي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (8)

التكرارات والنسب المئوية للمضمون السياسي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

الرقم	المضمون السياسي	التكرار	النسبة المئوية
1	شرعية نظام الحكم	65	38.7%
2	الإدارات المحلية	48	28.6%
3	الصراعات الإقليمية والدولية	33	19.6%
4	علاقات دولية	12	7.1%
5	الديمقراطية والحكم	10	6.0%
	المجموع	168	100.0%

يلاحظ من الجدول (8) أن مجموع تكرارات المضمون السياسي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (168)، وأن أعلى تكرار كان لفئة شرعية نظام الحكم إذ بلغ

تكرارها (65) وبنسبة مئوية (38.7%) في حين ان اقل تكرار لفئة " الديمقراطية والحكم " إذ بلغ

تكرارها (10) وبنسبة مئوية (6.0%) .

ثامناً: مضامين القضية الفلسطينية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة

دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للمضمون السياسي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (9)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين القضية الفلسطينية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	مضامين القضية الفلسطينية	الرقم
44.4%	4	محااربة إسرائيل وكراهية اليهود	1
44.4%	4	التوظيف الرمزي للقضية الفلسطينية	2
11.1%	1	تحرير فلسطين	3
100.0%	9	المجموع	

يلاحظ من الجدول (9) أن مجموع تكرارات مضامين القضية الفلسطينية للرسالة الإعلامية

لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (9)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "محااربة

إسرائيل وكراهية اليهود، والتوظيف الرمزي للقضية الفلسطينية" إذ بلغ تكرارها (4) وبنسبة مئوية

(44.4%) في حين أن أقل تكرار لفئة "تحرير فلسطين" إذ بلغ تكرارها (1) وبنسبة مئوية (11.1%).

تاسعاً: مضامين العلاقات الدولية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة

دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لمضامين العلاقات الدولية للرسالة الإعلامية لتنظيم

الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (10)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين العلاقات الدولية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	العلاقات الدولية	الرقم
19.3%	39	العلاقة مع النظام السوري	1
14.4%	29	العلاقة مع النظام العراقي	2
13.4%	27	العلاقة مع الغرب والاتحاد الأوروبي	3
12.4%	25	العلاقة مع الولايات المتحدة	4
6.9%	14	العلاقة مع أفريقيا	5
5.4%	11	العلاقة مع دول الخليج	6
4.5%	9	العلاقة مع النظام المصري	7
4.0%	8	العلاقة مع النظام التركي	8
4.0%	8	العلاقة مع النظام الإيراني	9
4.0%	8	العلاقة مع اليمن	10
4.0%	8	العلاقة مع النظام الروسي	11
3.5%	7	العلاقة مع إسرائيل (الدولة اليهودية)	12

2.5%	5	العلاقة مع المنظمات الدولية	13
2.0%	4	العلاقة مع النظام الأردني	14
100.0%	202	المجموع	

يلاحظ من الجدول (10) أن مجموع تكرارات مضامين العلاقات الدولية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (202)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "العلاقة مع النظام السوري" إذ بلغ تكرارها (39) وبنسبة مئوية (19.3%) في حين أن أقل تكرار لفئة "العلاقة مع النظام الأردني" إذ بلغ تكرارها (4) وبنسبة مئوية (2.0%).

عاشراً: مضامين توصيف العلاقة مع الآخر للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لمضامين العلاقات الدولية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول(11)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف العلاقة مع الآخر للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	توصيف العلاقة مع الآخر	الرقم
66.7%	68	علاقة صدامية	1
23.5%	24	علاقة تنافسية	2
6.9%	7	علاقة تعاون	3
2.0%	2	علاقة تحالفية	4
1.0%	1	علاقة محايدة	5
100.0%	102	المجموع	

يلاحظ من الجدول (11) أن مجموع تكرارات مضامين توصيف العلاقة مع الآخر للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (102)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "علاقة صدامية" إذ بلغ تكرارها (68) وبنسبة مئوية (66.7%) في حين ان اقل تكرار لفئة "علاقة محايدة" إذ بلغ تكرارها (1) وبنسبة مئوية (1.0%).

حادي عشر: مضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (12)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	مضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم	الرقم
65.7%	44	بين قادة التنظيم وبين عناصر التنظيم	1
34.3%	23	بين قادة التنظيم أنفسهم	2
100.0%	67	المجموع	

يلاحظ من الجدول (12) أن مجموع تكرارات لمضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (67)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "بين قادة التنظيم وبين عناصر التنظيم" إذ بلغ تكرارها (44) وبنسبة مئوية (65.7%) في حين أن أقل تكرار لفئة "بين قادة التنظيم أنفسهم" إذ بلغ تكرارها (23) وبنسبة مئوية (34.3%).

ثاني عشر: مضامين توصيف الأنا للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الأنا للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (13)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الأنا للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	مضامين توصيف الأنا	الرقم
24.1%	65	مؤمن / مسلم	1
21.9%	59	مجاهد	2
19.6%	53	شجاع	3
17.8%	48	حازم	4
9.3%	25	استشهادي	5
5.6%	15	صاحب إثارة وتضحية	6
1.9%	5	متواضع	7
100.0%	270	المجموع	

يلاحظ من الجدول (13) أن مجموع تكرارات لمضامين توصيف الأنا للرسالة الإعلامية لتنظيم

الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (270)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "مؤمن / مسلم" إذ

بلغ تكرارها (65) وبنسبة مئوية (24.1%) في حين أن أقل تكرار لفئة "متواضع" إذ بلغ تكرارها (5)

وبنسبة مئوية (1.9%).

ثالث عشر: مضامين توصيف الآخر المسلم/العربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الآخر المسلم/العربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول(14)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الآخر المسلم/العربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	مضامين توصيف الآخر المسلم/العربي	الرقم
20.3%	27	مسلم	1
18.8%	25	مرتد	2
15.0%	20	طاغوت	3
14.3%	19	رافضي/ صفوي/ نصيري	4
9.8%	13	منافق	5
9.8%	13	جبان	6
9.0%	12	فاسد	7
3.0%	4	خائن	8
100.0%	133	المجموع	

يلاحظ من الجدول (14) أن مجموع تكرارات مضامين توصيف الآخر المسلم/العربي للرسالة

الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (133)، وأن أعلى تكرار كان لفئة

"مسلم" إذ بلغ تكرارها (27) وبنسبة مئوية (20.3%) في حين أن أقل تكرار لفئة "خائن" إذ بلغ تكرارها (4) وبنسبة مئوية (3.0%).

رابع عشر: مضامين توصيف الآخر الغربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الآخر الغربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (15)

التكرارات والنسب المئوية لمضامين توصيف الآخر الغربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	مضامين توصيف الآخر الغربي	الرقم
34.7%	42	عدو	1
28.1%	34	كافر / مشرك	2
23.1%	28	صليبي	3
5.8%	7	يهودي	4
2.5%	3	محتل	5
4.1%	5	جبان	6
1.7%	2	مخادع	7
100.0%	121	المجموع	

يلاحظ من الجدول (15) أن مجموع تكرارات لمضامين توصيف الآخر الغربي للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق بلغ (121)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "عدو" إذ بلغ تكرارها (42) وبنسبة مئوية (34.7%) في حين أن أقل تكرار لفئة "مخادع" إذ بلغ تكرارها (2) وبنسبة مئوية (1.7%).

2- مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق من حيث الشكل:

تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في الشكل، والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في الشكل

الرقم	مفردات الخطاب الإعلامي في الشكل	التكرار	النسبة المئوية
1	عناصر الإبراز	376	82%
2	الأشكال الصحفية	85	18%
	المجموع	461	100%

يلاحظ من الجدول (16) أن مجموع تكرارات مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في الشكل بلغ (461)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "عناصر الإبراز" إذ بلغ تكرارها (376) وبنسبة مئوية (82%) في حين أن أقل تكرار لفئة "الأشكال الصحفية" إذ بلغ تكرارها

(85) وبنسبة مئوية (18%). وفيما يلي تفصيل لمفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق في الشكل.

أولاً: الأشكال الصحفية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للأشكال الصحفية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (17)

التكرارات والنسب المئوية للأشكال الصحفية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق

النسبة المئوية	التكرار	الأشكال الصحفية	الرقم
28.2%	24	الإعلان والدعاية وتشمل: الآيات والأحاديث والمقولات	1
27.1%	23	التقرير الصحفي	2
15.3%	13	الخبر الصحفي	3
11.8%	10	العمود الصحفي	4
9.4%	8	المقال التحليلي	5
4.7%	4	المقال الافتتاحي	6
2.4%	2	الحوار الصحفي	7
1.2%	1	التحقيق الصحفي	8
100.0%	85	المجموع	

يلاحظ من الجدول (17) أن مجموع تكرارات الأشكال الصحفية للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق بلغ (85)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "الإعلان والدعاية وتشمل الآيات والأحاديث والمقولات" إذ بلغ تكرارها (24) وبنسبة مئوية (28.2%) في حين أن أقل تكرار لفئة "التحقيق الصحفي" إذ بلغ تكرارها (1) وبنسبة مئوية (1.2%).

ثانياً: عناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق:

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق والجدول التالي يبين تلك النتائج:

الجدول (18)

التكرارات والنسب المئوية لعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق

الرقم	عناصر الإبراز	التكرار	النسبة المئوية
1	عنوان ممتد	66	17.6%
2	صور موضوعية	63	16.8%
3	صور دعائية	41	10.9%
4	صور مقاتلي التنظيم	39	10.4%
5	صور عنيفة	28	7.4%
6	صور الراية والأختام للتنظيم	27	7.2%
7	صور شخصية	25	6.6%
8	صور قيادات ومقاتلي التنظيم من زاوية الإعلاء من شأنهم	18	4.8%

3.7%	14	التصاميم التعبيرية الجرافيكس	9
3.2%	12	عنوان رئيسي	10
2.4%	9	عنوان عمودي	11
2.4%	9	صور جمالية	12
2.1%	8	صور الطفل	13
1.9%	7	صور أعداء التنظيم من زاوية التقليل من شأنهم	14
1.3%	5	صور قيادات التنظيم	15
1.1%	4	صور تراثية	16
3%	1	صور المرأة	17
100.0%	376	المجموع	

يلاحظ من الجدول (18) أن مجموع تكرارات عناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق بلغ (376)، وأن أعلى تكرار كان لفئة "عنوان ممتد" إذ بلغ تكرارها (66) وبنسبة مئوية (17.6%) في حين أن أقل تكرار لفئة "صور المرأة" إذ بلغ تكرارها (1) وبنسبة مئوية (0.3%).

الإجابة على أسئلة الدراسة

1 - ما هي الجذور التاريخية والمنطلقات الفكرية والدينية لدى القائم على العملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية؟

الجذور التاريخية:

تنبّه المنخرطون في التنظيمات العقائدية المسلحة "الجهادية" منذ فترة بعيدة لما يطلقون عليه "الإعلام الجهادي"، فمع ظهور حركات محلية في مصر وفي العالم العربي خلال فترة السبعينيات من القرن العشرين، كانت تصدر بعض البيانات والنشرات رغم قلة الإمكانيات التقنية مقارنة بالتطور الذي يشهده الإعلام في الوقت الحالي.

كانت "التجربة الإعلامية" تعتمد على وسائل بدائية: مثل نشر بيانات بأسماء متعددة: جماعة الجهاد .. الجماعة الإسلامية، غير أن الحرب الروسية على أفغانستان التي استمرت ما بين عامي 1979 و1989، والتي أطلقت محطة "الجهاد الأفغاني" أو ما يسمى بـ "الجهاد التضامني" (وفق ما) أطلق عليه الدكتور عبدالله عزام الذي أسس لمشاركة العرب في ذلك الجهاد، كما أسس للتجربة الإعلامية التي أطلق عليها مجلة "الجهاد" الأوسع انتشاراً، والتي توسعت فيما بعد لتشمل مجلات وإصدارات أخرى لفصائل على غرار مجلة "البيان المرصوص".

لكن مع ظهور تنظيم القاعدة وتشكيل الجبهة الإسلامية العالمية عام 1998، بدأ هناك نمط آخر من التطور في استخدام تقنيات (حديثة) حيث بدأت تدخل شبكة الإنترنت في الاستخدام، وبالتالي أصبحت (هذه التنظيمات) تستثمر هذه الشبكة في (إنشاء) مواقع (أخذت بداية الصبغة)

الدعائية، مثل موقع عزام وموقع النداء، موقع الحسبة، وبدأت تنتج إلى جانب النشرات والكتب الدعائية، والبيانات الصوتية وبعض الأفلام البسيطة، لكن-إذا نظرنا إلى (الإنتاج) على صعيد الحجم والكم، فقد بقي تنظيم القاعدة يصدر كل فترة إما بيانا (مكتوبا) أو بيانا صوتيا أو شريطا مصورا، على فترات متباعدة، وبالتالي (ظلت التجربة تراوح) في مرحلة بدائية.

أنشأ تنظيم القاعدة مؤسسة السحاب (الإعلامية)، وإذا ما عدنا للمحتوى فقد كانت في العادة خطابات زعيم التنظيم أسامة بن لادن أو نائبه أيمن الظواهري أو بعض الأشرطة الدعائية لاحقا لأبي يحيى الليبي عطية الله المنظرين الاستراتيجيين الشرعيين والعمليتين.

كانت النقلة الأبرز هي التي تلت هجمات 11 سبتمبر 2001، وتطور شبكة الإنترنت، واحتلال العراق، (وذلك حين) أنشأ أبو مصعب الزرقاوي تنظيم التوحيد والجهاد في عام 2003، بعد احتلال العراق، ثم أعلن بيعته للقاعدة عام 2004، إذ بدأت (تجربتهم الإعلامية) تتطور شيئا فشيئا وشهدنا هناك تحولا في طبيعة استخدام الرسالة الإعلامية بشكل أكثر، وأخذوا يصورون "المشاهد المعركة" و(العنيفة) أكثر، حيث دخلت مشاهد لعمليات قطع الرؤوس التي نفذها أبو مصعب الزرقاوي (بحقّ الصحفي الأمريكي) نيكولاس بيرغ، عام 2004، بينما لم يلجأ تنظيم القاعدة إلى مثل هذه (الممارسات الإعلامية).

2 - ما مدى تأثير التأطير الفكري والفقهني في تشكيل مضمون الرسالة الإعلامية للتنظيم؟

يمكن القول بأن اختلافا شاب المرجعية الفكرية لتنظيم القاعدة عن تنظيم الدولة الإسلامية، فالقاعدة سلية فكر سيد قطب (أبرز منظري جماعة الإخوان المسلمين) وبالتالي فهي ذات طبيعة سياسية، فسيد

قطب مثل نوعا من السلفية الحركية، وهو ما نجد عليه معظم رموز القاعدة الذين إما كانوا قرييين من الإخوان أو من السلفية، في حين أن مرجعية أبي مصعب الزرقاوي (الأب الروحي والمؤسس لتنظيم الدولة الإسلامية) مختلفة، إذ يمثل أبو محمد المقدسي (مرجع الزرقاوي) تيار السلفية الوهابية، والأمر ذاته مع أبو عبدالله المهاجر، الذي كانت تدرس كتبه وتحديدا كتاب "فقه الدماء" في التنظيم، وعليه فإن الجهاد (عند الزرقاوي) لم يكن جهاد نكاية لدفع الغرب، حيث لا يوجد تفكير لدفع الأمة لبناء دولة، في حين أن الزرقاوي كان يريد أن يقيم دولة وحكم منذ البداية، وهذا هو الفارق الأساسي (الذي يؤسس لفهم تجربة تنظيم الدولة الإسلامية العسكرية والإعلامية).

3- أين يقع الجهاز الإعلامي في الهيكل التنظيمي لتنظيم الدولة الإسلامية؟ وما هي دلالات ذلك؟

يؤمن التنظيم بالدور المؤثر للدعاية والإعلام، سواء من حيث موقع الناطق باسم التنظيم وقربه من الرجل الأول (أبو بكر البغدادي) أو من حيث تخصيص هيئة إعلامية ضمن الهيكلية التنظيمية للتنظيم، ضمن ثماني هيئات تتاطب بها مهمة الإشراف على تسيير الأمور.

ويتمتع الإعلام بأهمية كبرى داخل هيكلية تنظيم الدولة الإسلامية، الذي ينظر إليه كأكثر "التنظيمات الجهادية" توظيفا للإعلام الجديد والشبكة العنكبوتية، حيث "أدرك منذ فترة مبكرة من تأسيسه الأهمية الاستثنائية للوسائط الاتصالية في إيصال رسالته السياسية ونشر أيديولوجيته السلفية الجهادية، فأصبح مفهوم الجهاد الإلكتروني أحد الأركان الرئيسية في فترة مبكرة منذ تأسيس جماعة التوحيد والجهاد ثم القاعدة في بلاد الرافدين." (مجموعة من الباحثين، تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل) تاريخيا تولى أبو ميسرة العراقي رئاسة القسم الإعلامي، وأعقبه في عام 2006، أبو محمد

المشهداني تحت اسم وزير الإعلام في "دولة العراق الإسلامية"، إلى جانب أبو عبدالله محارب عبداللطيف الجبوري ناطقا باسم تنظيم الدولة، وفي عام 2009، أصبح أحمد الطائي وزيرا للإعلام في التنظيم، إلى أن توسعت المؤسسة الإعلامية بقيادة أبي الأثير العبسي، ومن بعده فقد التنظيم في عام واحد 2016، فقد في عام 2016، اثنين من قياداته الإعلامية: الأول وهو أبو محمد العدناني، الناطق باسم التنظيم والذي كان يعتبر الرجل الثاني في التنظيم بعد أبي بكر البغدادي.

أما الرجل الثاني، فهو ما كان يعرف بأmir ديوان الإعلام المركزي في التنظيم أو وزير إعلام التنظيم أبو محمد الفرقان واسمه الحقيقي (وائل عادل الفياض) الذي كان يشرف على الإصدارات الدعائية وأحد أعضاء مجلس الشورى، الأمر الذي يشير إلى مدى قربيه من صنع القرار.

4 - ما هي مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق؟

تمت الإجابة على هذا السؤال في صفحة 64.

5- الى أي مدى تلتزم مجلة دابق (موضوع الدراسة) بالممارسة الاحترافية في الشكل والمحتوى؟

ينسب للمجلة أنها حاولت تقديم المضمون بشكل ملفت ومحترف الأداء سواء من حيث اللغة أو الإخراج الصحفي، أما الشكل المصاحب للإعلان والدعاية فقد تصدر الأشكال الصحفية من حيث التكرار وبنسبة قدرها (28.2%) لكن ذلك لم يمنع من تنوع فنون العمل الصحفي المستخدمة في المجلة فكان للتقرير نصيبا وافرا بنسبة (28.2%) تلاه الخبر 15.3% ثم العمود الصحفي (11.8%) والمقال التحليلي بنسبة 9.4% إلى جانب الحوار الصحفي والتحقيق الصحفي وإن بنسبة أقل.

وإذا ما أخذنا بعين الاعتبار التكرارات والنسب المئوية لعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق، فسنعدها تبرز الصور بأحجام مختلفة وموضوعات مختلفة وغايات مختلفة إلى جانب التصاميم التعبيرية "الجغرافيكس".

وما بين التنوع لهذه الأشكال من عناوين ممتدة أو رئيسية أو عمودية، وما بين صور موضوعية أو شخصية أو عنيفة، أو صور للمقاتلين أو لقادة التنظيم، وأو صور للأطفال الذين قدمتهم على أنهم محاربو الغد، أو مزج الجغرافيكس بالصور، وغيرها من توظيف الألوان بدلالاتها المختلفة، قدم القائم على المجلة وعبر مرحلتين من أسلوب الإخراج تجربة متقدمة فنيا بشهادة أكاديميين، حافظت فيها إلى حد كبير على هوية المجلة البصرية خاصة من ناحية الغلاف عبر الإبقاء على ذات شكل الاسم والصورة الممتدة على كامل الغلاف الأمامي بشكل أقرب إلى المجالات الإخبارية المحترفة.

7- ما هي الرسائل التي يريد القائمون على مجلة دابق إيصالها للجمهور؟

الحكم بالقوة

بنى التنظيم رسالته على أنه دولة الخلافة وليس جماعة أو تنظيمًا محدود القدرات، قائم على مبدأ التغلب وليس على القبول، والأعداء بالنسبة له يمكن أن يكونوا صليبيين أو يهودا أو مسلمين من أتباع المذهب الشيعي أو حتى مسلمين مرتدين عملاء للعدو.

الاستناد للنص الديني

تستند الرسالة الإعلامية للتنظيم على اختلاف منصاتها (مطبوعة أو مرئية أو مسموعة أو رقمية) وعلى اختلاف لغاتها إلى ربطها بتطبيق الشريعة، (وفق فهم التنظيم) ولذا فإن قدرتها الإقناعية تبدو مضاعفة نظرا لحجم التأثير الديني في الجمهور المتلقي: العربي أو المسلم، لكن يبقى ما يحدّ من ذلك أنه (التنظيم) يقدم نفسه كمثل للسنة.

إحياء الرموز التاريخية

يعتمد مضمون الرسالة الإعلامية للتنظيم على إحياء الكثير من الرموز التاريخية المرتبطة بالتاريخ الإسلامي، ليس ابتداء بالعلم الذي يحمل صورة مشابهة لـ "خاتم النبوة" ومرورا بتوظيف اللون واستخدام الخيل والسيف وشخصيات الخلفاء الراشدين، ما يؤثر بشكل غير مباشر على متلقي الرسالة ويزيد من تعاطفه معها.

توظيف الثنائية المتعارضة

في إطار التمايز بين فئتي المسلمين المقبولين من وجهة نظر التنظيم "نحن" والآخر "هَمْ"، يرسم القائمون على الرسالة الإعلامية للتنظيم الصراع بأبعاده الدينية والسياسية بين "ديار وبلاد الإسلام" و"الصليبيين الغزاة"؛ حيث تتجدّد "الحملات الصليبية" على "أهل التوحيد" (المجاهدين) لوقف امتداد "دولة الخلافة" وتعطيل شرع الله وحماية (إسرائيل)، بل يصبح هذا الصراع في جوهره وجودياً وأزلياً يضي عليه التنظيم لَبُوسًا دينياً؛ فهو بين "الصليبيين الذين يحقدون على الإسلام والمسلمين"

و"دولة الخلافة" التي تسعى لـ"فتح" روما، ولن تكَلَّ من المواجهة (أزلية الصراع) "حتى ينزل عيسى عليه السلام ويكسر الصليب ويقتل الخنزير ويضع الجزية...".

توظيف الصورة والمحتوى

يبدو واضحاً أن العاملين في مؤسسات التنظيم الإعلامية يوظفون التقنية العالية في التصوير بشكل يصل لمتلقي الرسالة بأسرع وقت وأكبر تأثير، حيث يوفر معايير سينمائية ودرجة متقدمة من عناصر الإنتاج التي تسهم جميعها في إحداث الإقناع المطلوب.

كما تدمج بين جمالية الشكل والاحتراف ويقدم محتوى للجميع: للرجل والمرأة، لكن لا يعلم عما إذا كان تنظيم الدولة الإسلامية قد خصص دورية لجمهور المرأة، في حين كان تنظيم القاعدة قد أصدر مجلة "الشامخة" ومن قبلها مجلة "الخنساء" بصورة متقطعة.

الخدمات للسكان

توهم البنية الإدارية للتنظيم "بوجود ضبط مركزي وفعال في أداء الخدمات من خلال ما يروج له التنظيم بمقاطع فيديو توحى بانتظام الحياة داخل مناطقه" وهي رسالة موجهة لإقناع السكان القاطنين ضمن الرقعة الجغرافية التي يسيطر عليها التنظيم بقدرته على السيطرة وتوفير الأمن وتقديم الخدمات التي تقدمها أي سلطة حكومية.

لغة نقدية تشكيكية

لا يتردد التنظيم في نقد من يرى أنهم مسلمين ليسوا "على الصراط القويم" حتى وإن كان هؤلاء الذين يتعرضون للانتقاد لهم جمهور كبير، ما يسهم في إثارة الشكوك ويعطي لرسالته قدرة على استهداف البنى الإعلامية الأخرى.

ففي العدد السادس من مجلة "دابق" على سبيل المثال، هاجم التنظيم نوعين من المخالفين، الأول: مجموعات "جهادية" والمتمثلة بالظواهري والملا عمر وأبي محمد المقدسي وأبي قتادة الفلسطيني ووصفهم بأنهم "أئمة الضلال والمرجئة والمبتدعة" وغيرها من الصفات، كما هاجم مجموعة "إعلامية" متمثلة بقناة الجزيرة الفضائية وبالتحديد مدير عام شبكة الجزيرة الأسبق وضاح خنفر، والمدير الحالي لقناة الجزيرة ياسر أبو هلاله، وكتب فوق رأسيهما "الإعلام الفتان".

توظيف وسائل التواصل الاجتماعي

لدى رصد التواجد المكثف للتنظيم على ساحات التواصل الاجتماعي، يبدو جليا حجم قنوات التنظيم بقدرة هذه المنصات (يوتيوب، فيس بوك، تويتر وغيرها) على مخاطبة جمهور الشباب، الأمر الذي يلعب بشكل غير مباشر لدى المتلقين في إقناعهم بأن هذا التنظيم يفهم لغته ويعمل وفق نظرية الحاجات والإشباع.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

بهدف توضيح النتائج التي خلصت إليها الدراسة، فإنه يمكن مناقشة النتائج تحت ثلاثة عناوين رئيسية هي: ماذا قيل؟ وتمثل (الرسالة والمحتوى) ولمن قيل؟ وتمثل (الجمهور المستهدف) وكيف قيل؟ وتمثل (الوسيلة من حيث اللغة والشكل)، حيث توصل الباحث إلى فروق ذات دلالة إحصائية في كل منها.

أولاً: ماذا قيل؟ وتمثل (الرسالة والمحتوى):

يوظف القائم على العملية الاتصالية لتنظيم الدولة الإسلامية، مجلة دابق من أجل عدة أهداف، من أهمها الدعاية والاستقطاب، التي احتلت المرتبة الأولى في المعالجة البصرية -على سبيل المثال- فلقد كان التنظيم حريصاً في خطابه الإعلامي المتمثل بين أيدينا بمجلة دابق (عينة الدراسة) على رسم صورة Image، له ولقيادته ومقاتليه بالكلمة والصورة، ورسم صورة ذهنية سلبية عن الآخر Stereotype، عن الآخر بالكلمة والصورة.

ففي مضامين توصيف الأنا على صعيد اللغة، تصدرت صفات "المؤمن والمجاهد والشجاع والاستشهادي" المراتب الخمسة الأولى، في حين توارت صفات "التواضع والإيثار والتضحية" إلى مراتب متأخرة، وفي هذا دلالة على ما يرغب القائم على العملية الاتصالية من غرسه في ذهن المتلقي.

هذا على صعيد الكلمة، أما على صعيد الصورة، فإن الأمر يسير في ذات الهدف، فإذا ما أخذنا بعين الاعتبار التكرارات والنسب المئوية لعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة

الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق، فسجد أن ثلث هذه الصور (34.6%) هي إما دعائية أو لقياداته ومقاتليه ورايته وبزوايا تعلي من شأنهم.

إن رسم هذه الثنائية المتناقضة تكرر سياسة الاستقطاب التي يسعى إليها: صورة للأنا وصورة للآخر، وهي تتقاطع في ذلك مع ذات المنطق الذي قدمه في وقت سابق زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن حينما تحدث في خطابه عقب هجمات 11 سبتمبر 2001، حين قال: (إن هذه الأحداث قد قسمت العالم بأسره إلى فسطاطين: فسطاط إيمان لا نفاق فيه، وفسطاط كفر). (موقع ويكي مصدر الإلكتروني).

وكذا الأمر مع الرئيس الأمريكي الأسبق جورج بوش الابن الذي تبني ذات المنطق، حيث دعا حلفاء الولايات المتحدة إلى دعم أقوالهم بأفعال والمساهمة العملية في الحرب ضد الإرهاب، حيث قال عقب لقائه الرئيس الفرنسي الأسبق جاك شيراك "من ليس معنا فهو ضدنا". (موقع بي بي سي).

إن وظيفة الاستقطاب للوسيلة الإعلامية ممزوجة بالدور الدعائي تفسر الصورة التي يقدم التنظيم نفسه للجمهور المتلقي، في أنه هو من يمثل هذه الأمة الإسلامية.

ويرى (أبو هنية) أنه بخلاف تنظيم القاعدة الذي كان يقدم نفسه أنه يمثل طليعة ونخبة مقاتلة نيابة عن الأمة، يقدم تنظيم الدولة نفسه على أنه ممثل حصري ووحيد لهذه الأمة، وبالتالي على الأمة جميعها أن تتبعه -حتى بالقتل- وكل من يرفض سيقتل إذا ما تم التمكن منه.

بل إن توصيف الأنا يتصدر المراتب الثلاث الأولى في فئات التحليل من حيث عدد التكرار، وهو ما يعطي مؤشرا واضحا على أن التنظيم يريد تقديم نفسه عن طريق نفسه لا أن يدع الآخرين

يقدموه بما يرونه هم، ويتضح ذلك من خلال عدد المنصات الرقمية والإعلامية التي ابتكرها من أجل إيصال رسالته بنفسه.

ففي العام 2015، أصدر التنظيم أكثر من 750 (تقريراً) مصوراً، وأكثر من خمسة آلاف تغطية وبيان، وإلى جانب امتلاكه إذاعة، هناك مؤسسة الاعتصام المعنية بتغطية كل ما يحدث في سوريا. وكذلك تم إنشاء مركز الحياة المتعلق بالإنتاج الإعلامي باللغات الأخرى وخصوصاً اللغة الإنجليزية، وجيش الخلافة الإلكتروني الذي أنشأه جنيد حسين البريطاني الذي التحق بالتنظيم عام 2013 (أبو هنية، 2016)

أما على صعيد الآخر، فسجد أنه يتمثل في صنفين: العدو البعيد من الغرب والعدو القريب من المسلمين والعرب الذين لا يتبعونه.

فالمراتب الثلاثة الأولى للعدو البعيد تذهب للكافر المشترك (28.1%) والصليبي (23.1%) يليها بفارق واضح اليهودي (5.8%)، في حين تذهب المراتب الثلاثة للعدو القريب (المسلم/ العربي) إلى المرتد (18.8%) ثم الطواغيت من حكام العرب والمسلمين (15.0%) ثم كل من هو رافضي/ صفوي/ نصيري بنسبة (14.3%).

ويفسر أبو هنية ذلك بقوله: إن خطاب التنظيم قائم على ثيمة أنه إسلام سني ممتن في المنطقة، تم إزالته منذ (إسقاط) الخلافة الإسلامية، وبالتالي فإنه بتمثيله الهوية السنية أصبح أعداؤه متعددين. هذه الثيمة ستجدها في كل خطابات التنظيم، ستجد أنه يقدم نفسه ممثلاً للسنة، يهاجم كل الأطراف: الداخلية باعتبارهم أنهم مرتدين أو صحوات، والخارجيين القريبين باعتبارهم شيعة وصفويين،

والخارجين باعتبارهم صليبيين. وهذه الثيمات الثلاثة هي أهم الثيمات التي تتكرر في (تجربتهم الإعلامية)، فإذا رجعت إلى الأشرطة المصورة أو المجالات بكل اللغات (دابق باللغة الإنجليزية، دار الإسلام باللغة التركية وغيرها، ستجد مثلا في دابق حصد الصليبيين وفي العدد الرابع عشر يقول: على المرتدين الإخوان (المسلمين)، ومن قبل ذلك كان عن الرفض، وهذه ثيمة حاضرة دائما في خطابهم، بينما يختلف الأمر في خطاب تنظيم القاعدة، فهو فقط يركز على الصليبيين باعتبارهم عدو الأمة، وبعد ذلك يتصالح مع الجميع، حيث أنه ليس لديه مشكلة مع الشيعة.

إننا أمام مضمون يضفي شرعية نظام الحكم على دولة الخلافة بنسبة (38.7%) ويدير الولايات المحلية بنسبة (28.6%) في الوقت الذي لديه القدرة على أن يخوض صراعات إقليمية ودولية بنسبة (19.6%).

وإذا ما انتقلنا إلى أنواع المضمون المقدم في رسالته، سيتصدر المضمون الديني بواقع (16.3%) يليه المضمون الدعائي المتعلق بنظرته لنفسه (توصيف الأنا) (12.0%)، ثم مضمون العلاقات الدولية (9.0%) قبل أن يتقارب كل من المضمون السياسي والتاريخي بحدود (7.5%).

إن الصبغة الدينية للخطاب يمكن فهمها ضمن سياق الطبيعة العقائدية للتنظيم وجذور نشأته، إلى جانب الاستناد على المضمون التاريخي وهو ما يعطي خطاب التنظيم شرعية دينية تاريخية، يصعب الوقوف بوجهها كما يبدو هدف القائم على العملية الاتصالية، خصوصا وأنه يبدو في ظاهره خطابا مقنعا للمحايد من الجمهور المستهدف فهو يعرف بالعدو (18.4%) ويؤكد على على العدا مع الكفار (16.4%) قبل أن يدعو المحايدين والأنصار إلى الالتحاق بدولة الخلافة (15.9%)

مستخدماً في سبيل ذلك النصوص الدينية من آيات أو حديث أو دعاء أو أحكام فقهية أو آراء ومقولات لعلماء دين (15.6%).

لكن اللافت في الرسالة والمحتوى هو عدم تصدّر مضامين القضية الفلسطينية - كما هو متوقع على غرار التنظيمات الإسلامية - فقد حازت فقط تسع تكرارات من أصل 2242 تكراراً هي مجموع تكرارات مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق من حيث المحتوى.

وكان أعلى تكرار لفئتي "محرابة إسرائيل وكراهية اليهود، والتوظيف الرمزي للقضية الفلسطينية" إذ بلغ تكرارها (4) وبنسبة مئوية (44.4%) في حين أن أقل تكرار لفئة "تحرير فلسطين" إذ بلغ تكرارها (1) وبنسبة مئوية (11.1%).

وهو ما يتقاطع مع ما تمت الإشارة إليه آنفاً حين الحديث عن العدو البعيد، إلى أن اليهودي احتل (5.8%) من نسب العدو الغربي.

أما على صعيد مضمون العلاقات مع الأنظمة والدول، فبحكم بسط التنظيم سيطرته على مساحات من العراق وسوريا، فقد اختلت فئة العلاقة مع النظام السوري (19.3%) يليها النظام العراقي بنسبة (14.4%) ثم الغرب والاتحاد الأوروبي (13.4%)، وجاءت العلاقة مع النظام الإيراني في الفئة التاسعة من أصل 14 فئة.

وهنا ينبغي الإشارة إلى أن طبيعة العلاقة بشكل عام مع الآخر كانت صدامية بدرجة أساسية بنسبة (66.7%) أو تنافسية مع غيرها من التنظيمات (23.5%) ولم تكن علاقة محايدة (1.0%)، وهو ما يدعم منطق الاستقطاب الذي ذكرناه آنفا في أول هذا الفصل.

ورغم أن العلاقة مع الولايات المتحدة جاءت في المرتبة الرابعة (12.4%)، إلا أنه كان من اللافت للغاية نشر مقالات الصحفي جون كانتلي في العديدين الرابع والثامن من عينة مجتمع البحث، الداعيتين الولايات المتحدة للاعتراف بالدولة الإسلامية والتعامل معها باعتبارها أمرا واقعا.

ثانيا: لمن قيل؟ وتمثل (الجمهور المستهدف):

يتضح من الوقوف على نتائج التحليل للفئات المستهدفة أن القائم يستهدف فئات من الجمهور:

- الفئة الأولى المستهدفة: تتعلق بالأنصار والأعضاء بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة الأطراف المعادية له، وتمثل نسبة 20.4%، ويمكن القول في هذا السياق إن هذا النوع من الاتصال بأعضاء التنظيم وأنصاره أقرب إلى الاتصال الداخلي Internal Communication أو ما يعرف بالاتصال المؤسسي. ويبدو من الجلي أن القائم على العملية الاتصالية يستهدف من وراءه إيصال رسائل معينة.

يدعم هذا التفسير مجموع تكرارات لمضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها في مجلة دابق حيث بلغ (67)، في حين كان أعلى تكرار لفئة "بين قادة التنظيم وبين عناصر التنظيم" إذ بلغ تكرارها (44) وبنسبة مئوية (65.7%).

وهو ما يؤكد الخبير في شؤون التنظيمات الإسلامية حسن أبو هنية بقوله:

الدعاية في التنظيم لديها عدة وظائف تتبع الجانب الأمني، حيث أن المكون الأساسي في التنظيم أمني استخباري، لأن هذا التنظيم نشأ كتحالف بين الجيش (العراقي) السابق ومؤسسات الدولة البيروقراطية الذين آمنوا بهذه الرسالة الجهادية، وبين الجهاديين أنفسهم.

وبالتالي أصبح الإعلامي كما هو الشرعي وكما هو العسكري يتبع الأمني الاستخباري، وذلك دابق ليست فقط مجلة، وليس المطلوب منها فقط عمل دعاية، إنما هي تبعث برسائل ذات طبيعة أمنية استخبارية، مثلاً عند الحديث عن أبي عمر البلجكي الذي كان قد انكشف أمنياً ولديه سجل لدى الأجهزة الأوروبية، ومع ذلك أراد التنظيم أن يبعث برسالة مفادها أنه قادر على الاختراق الذي سبق عملية تشرين الثاني/نوفمبر في باريس وبروكسل.

وأيضاً يقدم الفتوى (للأنصار) فمثلاً في كانون الثاني/يناير 2015، يضع فتوى بأن لا أحد يأتي إلينا، هناك فروع وولايات اذهبوا إليها، بدأ التنظيم يبعث برسائل واضحة ولذا فدابق ليست مجلة فقط كما كان الأمر مع مجلة إنسباير، باللغة الإنجليزية التي أصدرها أنور العولقي وسمير خان من تنظيم القاعدة في اليمن في عام 2009.

لم تعد مجلة تقدم نصائح كما كانت تفعل إنسباير، بل لديها توجيهات محددة تقدمها لأتباعها من الأوروبيين تحديداً: كيف يتحايلوا؟ كيف يتصلوا؟ إذن (دابق) جزء منها متعلق بالدعاية والاستقطاب والأيدولوجيا، وجزء منها للمجندين، ما الذي ينبغي فعله وكيف يفعله. (حوار مع أبو هنية)

- الفئة الثانية المستهدفة: فئة المحايدون بهدف الدعوة للالتحاق بصفوف التنظيم بنسبة (17.8%)، وهو خطاب يستهدف منهم على وجه الخصوص الشباب بنسبة (11.9%) والمسلم في أوروبا بدرجة أساسية حيث يدعوهم للهجرة صراحة من خلال صفحات المجلة إلى دار الإسلام ودولة الخلافة وإقامة الشريعة، وهو جمهور لا يتستهي منه المرأة التي خصص لها إحدى الكاتبات المهاجرات كي تحتّ النساء على الهجرة.

وفي هذا السياق يرى أبوهنية أن التنظيم بوصفه منظمة بيروقراطية مركزية صارمة يستفيد من أي خبرات يمكنه الحصول عليها منذ اللحظة التي يلتحق فيها الشخص ويدخل أمن الحدود ويملاً الاستمارة، ولا تقف المسألة عند رغبة الشخص بقدر ما الذي يمكنه أن يفيد به.

ومن الواضح أن التنظيم استفاد من الذي أتوه من أوروبا أو من الجهاديين الذين درسوا في أوروبا من الجيل الثاني والثالث أو من العرب الذين درسوا في أوروبا، شباب لديهم الخبرة على مستوى الإنتاج وإنتاج الخطاب وعلى مستوى القرصنة. أو على سبيل المثال الأمريكي من أصل سوري أحمد أبو سمرة الذي درس في هوليوود ولديه خبرة في الإنتاج الإعلامي، وكذلك من يطلق عليه الأمير الإلكتروني أبو أثير العبسي، الذي درس في أمريكا ولديه معرفة سابقة في هذا المجال.

وبالتالي كان هؤلاء الشباب متأثرين بعصر الصورة وثورة الإنفوميديا وما يطلق عليه بمجتمع الفرجة ومجتمع المشهد، ولذا من الواضح تماما أن التنظيم يحاول دائما تقديم هذه المشهديات، سواء خلال تنفيذ عملياته، فينفذ عمليات مركبة ويحاول أن يصور كل أعماله بزوايا متعددة، ولذلك حتى في

المجلة تجد أن الصورة المشهية حاضرة بشكل كبير وليست مجرد سرد كما كانت في السابق مجلة الجهاد أو البنيان (إبان مرحلة عبدالله عزام).

- الفئة الثالثة المستهدفة: فئة الأعداء بهدف التهديد للكف عن مقاتلة التنظيم بنسبة (15.4%) فالتنظيم يريد أن يقدم نفسه بصورة المهاب وليس المحبوب، كما هي نصيحة نيكولو ميكافيللي. ووفقا لأبي هنية، فإن التنظيم يريد أن يكون مرعبا، ولذلك حتى إذا قرأت مجلة دابق، فستشعر بالخوف والرعب، بمعنى أن التنظيم يعدك بهذا الخوف، منطلقا من الثيمة التاريخية المرعبة، فاسم المجلة دابق، أي إن موعدا في دابق والأعماق، وكتاهما تستندان إلى نبوءة تحرك المخيال ولكنها نبوءة عنيفة سيأتي ناس يحاربون ومن ثم سيهزمون، ومن ثم عندما تقرأ الصورة ستخيل دابق، تتخيل الجيوش تتخيل كل هذا ولذا فإن (القائم على العملية الاتصالية في التنظيم) يدرك أهمية هذه المشهية فهو لا يقتل بصمت كما كان يفعل تنظيم القاعدة وغيره، هو يقتل ويريد أن يصور، ولذلك رسم التنظيم لنفسه صورة مرعبة جدا وهذه ليست من نتاج فقهي بقدر ما هي نتاج جهادي أوروبا.. فالمشهية هي صورة حديثة وليست تراثية قديمة.

لكن في الوقت ذاته فإن التراث يحتوي على صورة لتثبيت السلطة، كما حلها ميشيل فوكو في "ولادة السجن" أنها تعتمد على نظام القصاص، بمعنى "أن يشهد عذابهما طائفة من المؤمنين" بمعنى عليك أن يكون لديك مشهية في العنف لترسيخ السلطة.. ولذا أعتقد (والحديث لا يزال لأبي هنية) أن هذه المشهية هي وليدة هذا التزاوج بين نظام عقابي تاريخي ونظام ملحمي تاريخي، فحتى التكنيكات القتالية المرعبة اخترعها من هم في أوروبا.. فمثلا من اقترح هذه المشهية في 11 سبتمبر هو خالد

شيخ محمد ورمزي بن الشيبية والشحي وهم كلهم في أوروبا وأمريكا، والأمر كذلك عند تنظيم الدولة، فجهاديو أوروبا هم الذين عملوا عليها.. جون الجهادي .. محمد موازي .. إذا نظرت إلى هذه الصورة ستجد انهم من يقودون العملية المشهوية المروعة وهذه المسألة هي جزء مما استثمره التنظيم في المزج ما بين الصورة التراثية ما بعد الحداثية.

- الفئة الرابعة المستهدفة: في حين أن أقل تكرار لفئة الجمهور المستهدف كانت للمرأة، إذ بلغ تكرارها (16) وبنسبة مئوية (4.2%)، وهو ما يعكس حجم الاهتمام ضمن مجلة عامة كمجلة دابق، إلا أن هذا لا يعني أن المرأة لم تتل حظها في المخاطبة كجمهور مستهدف أو موضوعاً.

فقد شهد العدد الرابع من عينة المجلة، مقالا موسعا عن "إعادة إحياء الرق قبل قيام الساعة" أشار فيه التنظيم إلى قضية "سبي الأزيديات" مشيرا إلى أن أبحاثا واسعة الطيف أجريت في الموضوع أكدت للتنظيم من ناحية شرعية أن "الأزيديين من عبدة الشيطان" وهو ما استتبع سببهنّ بعد معارك سنجار عام 2014.

وكان لافتا مشاركة كاتبة أطلقت على نفسها اسم أم سمية المهاجرة، حيث كتبت في عدد من أصل أربعة أعداد من عينة البحث مقالين أحدهما يدعو النساء إلى الهجرة إلى دولة الخلافة، في حين الثاني يدعو إلى التعدد في الزواج بين "قاطني دولة الخلافة".

ولا يعلم عما إذا كان تنظيم الدولة الإسلامية قد خصص دورية لجمهور المرأة، في حين كان تنظيم القاعدة قد أصدر مجلة "الشامخة" ومن قبلها مجلة "الخنساء" بصورة متقطعة.

ثالثاً: كيف قيل؟ وتمثل (اللغة والشكل المستخدمين):

ينسب للمجلة أنها حاولت تقديم المضمون بشكل ملفت ومحترف الأداء سواء من حيث اللغة أو الإخراج الصحفي، لكن النقطة الأبرز تتعلق باستخدام اللغة، حيث يلاحظ أن مجموع تكرارات اللغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق بلغ (217)، وأن أعلى تكرار كان لفئة لغة بأحرف لاتينية ومسميات عربية دينية إذ بلغ تكرارها (74) وبنسبة مئوية (34.1%) في حين أن أقل تكرار لفئة لغة صحفية وصفية إذ بلغ تكرارها (71) وبنسبة مئوية (32.7%).

وقد وظفت اللغة استخدام المصطلحات التاريخية بشكل بدرجة كبيرة (42.2%)، حازت المرتبة الأولى في تكرار الفئات المندرجة تحت عنوان المضمون التاريخي، بهدف إسقاط الحدث التاريخي على الحاضر (31.3%) أو تبرير الفعل استناداً إلى التاريخ (26.5%).

أما الشكل المصاحب للإعلان والدعاية فقد تصدر الأشكال الصحفية من حيث التكرار وبنسبة قدرها (28.2%) لكن ذلك لم يمنع من تنوع فنون العمل الصحفي المستخدمة في المجلة فكان للتقرير نصيباً وافراً بنسبة (28.2%) تلاه الخبر 15.3% ثم العمود الصحفي (11.8%) والمقال التحليلي بنسبة 9.4% إلى جانب الحوار الصحفي والتحقيق الصحفي وإن بنسبة أقل.

وإذا ما أخذنا بعين الاعتبار التكرارات والنسب المئوية لعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق، فسندجها تبرز الصور بأحجام مختلفة وموضوعات مختلفة وغايات مختلفة إلى جانب التصاميم التعبيرية "الجرافيكس".

غير أنه يلاحظ أن السياسة التحريرية للمجلة حافظت على حجب صور النساء، وكانت المرة الوحيدة (ضمن مجتمع العينة) التي أوردت فيها صوراً لنساء كن ضحايا غارة أمريكية بعد أن أخفت وجوههن بشكل لم يعد القارىء يميز فيه صورهن إلى درجة كبيرة.

في حين -وكالعادة في كثير من إعلام الإسلاميين- تم اللجوء إلى رمزية المرأة في مقالات الكاتبة أم سمية المهاجرة بالورود، رغم حديها عن دعوة النساء للهجرة أو عن تعدد الزوجات.

وما بين التنوع لهذه الأشكال من عناوين ممتدة أو رئيسية أو عمودية، وما بين صور موضوعية أو شخصية أو عنيفة، أو صور للمقاتلين أو لقادة التنظيم، وأو صور للأطفال الذين قدمتهم على أنهم محاربو الغد، أو مزج الجرافيكس بالصور، وغيرها من توظيف الألوان بدلالاتها المختلفة، قدم القائم على المجلة وعبر مرحلتين من أسلوب الإخراج تجربة متقدمة فنياً بشهادة أكاديميين، حافظت فيها إلى حد كبير على هوية المجلة البصرية خاصة من ناحية الغلاف عبر الإبقاء على ذات شكل الاسم والصورة الممتدة على كامل الغلاف الأمامي بشكل أقرب إلى المجالات الإخبارية المحترفة.

باختصار إذا نظرنا إلى مجلة دابق، فسنجد:

- ممثل لدولة الخلافة التابعة للتنظيم.
- يقدم نفسه كممثل للسنة.
- جزءاً منها متعلق بالثيمة الأساسية في الخطاب: الصليبيين.. المرتدين.. الشيعة.
- يهاجم أقرب الناس كالظواهري وأبي قتادة والمقدسي باعتبارهم علماء ضلال
- تدفع وتحثّ (القراء) للهجرة سواء إلى مكان التنظيم أو أماكن أخرى.

- يبعث برسائل محددة لمن هم خلايا نائمة أو "ذئاب منفردة" أو مناصرين أو أتباع.
- لديها الجاذبية على صعيد الشكل وهناك خبرات التصميم الجرافيكي بحيث تقترب من أسلوب مجلة التايمز وبيبول.
- تدمج بين جمالية الشكل والمحترف ويقدم محتوى للجميع: للرجل والمرأة.

التوصيات

- اعتمادا على نتائج الدراسة، يوصي الباحث بتشجيع دراسة مثل هذه الظواهر بشكل علمي وأكاديمي لرفد المكتبة العربية بدراسات معمقة تتعامل بفهم وإحاطة مع الظاهرة من داخل الثقافة العربية الإسلامية، وذلك لقلّة الاهتمام العلمي بدراسة مثل هذه الظواهر مقارنة مع الدراسات الأجنبية.
- إطلاق مشروع متكامل يفهم مثل هذا الخطاب ويتعامل معه من خلال دراسات علمية ضمن حقل ما يعرف في الجامعات الأجنبية بـ Computational Propaganda.
- عقد ورش عمل للباحثين في دراسة مثل هذه القضايا وتشجيعهم بما يسهم في فهمها والتعامل معها.
- العمل على إنجاز دراسات أخرى تتناول الظاهرة تاريخيا كدراسات مقارنة مع تجارب حركات وأحزاب أخرى بصرف النظر عن الجانب الديني.
- العمل على إنجاز دراسات لقياس مدى تأثير مثل هذا الخطاب الإعلامي على المتلقي.
- إحياء الحوار الديني الإسلامي-الإسلامي في مناهج التربية الدينية والمؤسسة الدينية (المسجد).

قائمة المراجع والمصادر

قائمة المراجع العربية

- القرآن الكريم.
- الحجاج، مسلم، صحيح مسلم، دار طيبة، الرياض، 2006
- المعجم الوسيط.
- الدليمي، عبدالرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل، عمان، 2011.
- الديني، يوسف، قصة الخلافة السوداء، ملف لمجلة "المجلة" منشور في صحيفة الشرق الأوسط، جدة، 9 فبراير 2015.
- سميسم، حميدة، الحرب النفسية، الدار الثقافية، القاهرة، 2012.
- ربيع، حامد، الإرهاب الدولي ونظرية السياسة الخارجية، نسخة إلكترونية.
- الراجي، محمد، أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 2015.
- الصمادي، فاطمة (تحرير)، وآخرون، تنظيم الدولة الإسلامية: النشأة والتأثير والمستقبل، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2016.
- العبيدي، محمد، وآخرون، الجماعة التي تسمى نفسها دولة: فهم تطور تنظيم الدولة الإسلامية وتحدياته، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبوظبي، سلسلة دراسات مترجمة، 2015.

- الخطيب، معتز، تنظيم "الدولة الإسلامية": البنية الفكرية وتعقيدات الواقع، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2014.
- إسماعيل، محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003.
- أبوهنية، حسن، البناء الهيكلي لتنظيم "الدولة الإسلامية"، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2014.
- أبو بكر ناجي إدارة التوحش، مركز الدراسات والبحوث الإسلامية، تاريخ النشر غير معروف.
- الإدارة المحلية في مناطق سيطرة تنظيم "الدولة الإسلامية"، مركز عمران للدراسات الاستراتيجية، 15 مايو 2015.
- با يوسف، سيميولوجيا النص والخطاب، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة- علوم الاعلام والاتصال.
- الفلاح، صهيب، لماذا ينجح داعش إعلاميا، سلسلة مقالات، نون بوست.
- النعيمي، محمد عبدالعال وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- عبدالحميد، محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2004.
- عصفور، جابر، آفاق العصر، مهرجان القراءة للجميع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1997.
- عويس، محمد، اتجاهات التغطية الإخبارية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية

الخاصة، خلال عامي 2005-2006، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية

الأداب، قسم الإعلام، 2008.

- مكاوي، السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط7، 2008.
- مزروع، رشا، أطر معالجة القنوات العامة والإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير - دراسة تحليلية مقارنة، دورية إعلام الشرق الأوسط، جامعة المنصورة، العدد التاسع، ص 5-6).
- نسيرة، هاني، متاهة الحاكمية: أخطاء الجهاديين في فهم ابن تيمية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ط1، 2015.

قائمة المراجع الأجنبية

- Arat, Zehra F. Kabasakal. "Looking beyond the State But Not Ignoring It: A Framework of Analysis for Non-State Actors and Human Rights." In George Andreopoulos, Zehra F. Kabasakal Arat, and Peter Juviler eds., *Non-State Actors in the Human Rights Universe*. Bloomfield CT: Kumarian Press, 2006.
- Cameron, Charles, ANALYSIS: ISIS' magazine Dabiq & what it tells us, 18th February 2015.
- Dietram A. Scheufele: Framing as a theory of Media Effects, *Journal of Communication*, Vol. 49, No.1, 1999, P. 103.
- Entman M. Robert: Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents, *Journal Communication*. 41 (4), 1991.
- Gerbner, G & Gross, L. Living with television: the violence profile. *Journal of communication*, 1976.
- Harleen K. Gambhir, Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State, August 15, 2014.
- Robert M. Entman, Framing Bias: Media in the Distribution of Power, *Journal of Communication*, Vol. 57, 2007, P 164.
- A comprehensive study on the content of Dabiq magazine: an analytical review to QGIS'S media apparatus and means of confronting it.
- Mareš Miroslav, Hanzelka Jan; Media Presentation of ISIS: Content Analysis of the Magazine Dabiq.
- Timothy A. Borchers, *Persuasion in the Media Age*, Third Edition, 2012.
- Walton, Douglas, *Media Argumentation: Dialectic, Persuasion and Rhetoric*.

رسائل الماجستير والدراسات الأكاديمية

- شومان، محمد، إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية نموذجاً - المجلة العلمية لكلية الآداب - جامعة المنيا - 2004
- حمزة، كريم، تحليل مضمون الخطاب الاتصالي - سوسيولوجيا فهم الآخر - قسم الدراسات الاجتماعية في بيت الحكمة/ بغداد 2006
- بارديسي، مانفيرا، تحليل الخطاب لمدى التمثيل الإعلامي وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير الاجتماعي - حالة الثورة المصرية والتغيير السياسي، جامعة مالمو - السويد 2012
- حميدات، هبة، معالجة الأفلام الوثائقية لتنظيم الدولة الإسلامية" دراسة تحليلية: أفلام شبكة فايس أنموذجاً - جامعة الشرق الأوسط مايو/ أيار 2015.
- صلاح الدين، وائل، دلالات الصورة الصحفية والنصية حول الأزمة السورية في صحيفتي القدس الفلسطينية ويديعوت أحرونوت "الإسرائيلية": دراسة مقارنة، جامعة الشرق الأوسط، يناير/ كانون الثاني 2015.

المواقع الإلكترونية

- معجم اللغة العربية الإلكترونية.
- Business Dictionary.com
- الموقع الإلكتروني للدكتور خالد الحايك، الباحث في علم الحديث، تم تصفحه بتاريخ 2 كانون الأول 2016، الساعة 17:20.

<http://www.addyaiya.com/uin/arb/Viewdataitems.aspx?ProductId=445>

- الموقع الإلكتروني سايت، المختص في إعلام الجهاديين.

<https://ent.siteintelgroup.com>

قائمة الملاحق

ملحق رقم (1)
أسماء محكمي كشاف تحليل المضمون

رقم	اسم المحكم	الدرجة العلمية	جهة العمل
1	أ.د. حميدة سمييم	أستاذ	جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د. عبدالجبار البياتي	أستاذ	جامعة الشرق الأوسط
3	د. كامل خورشيد	أستاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
4	د. سليم شريف	أستاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط
5	د. فاطمة الصمادي	أستاذ مشارك	مركز الجزيرة للدراسات
6	د. محمد الراجي	أستاذ مشارك	مركز الجزيرة للدراسات

ملحق رقم (2)

الموضوع / تحكيم استمارة تحليل مضمون

الأستاذ الدكتور الفاضل

تحية طيبة وبعد..

تعدّ هذه الاستمارة جزءاً من دراسة يقوم بها الباحث بعنوان:

الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية"

مجلة دابق الإلكترونية نموذجاً - تحليل مضمون

وبالنظر لخبرتكم العلمية وآرائكم السديدة ودوركم المشهود، نأمل تفضلكم بالاطلاع على استمارة تحليل المضمون وإبداء ملاحظاتكم التصويبية والتقويمية المناسبة لها بما يخدم أهداف الدراسة ونتائجها، شاكرًا حسن تعاونكم.

وتقبلوا فائق التقدير والاحترام

الباحث

غسان أبوحسين

الأساتذة الأفاضل..

منذ إعلان تنظيم "الدولة الإسلامية في العراق والشام"، عن إقامة ما تسميه بـ "دولة الخلافة" في يونيو/ حزيران 2014، الذي أعاد تسمية نفسه بعد ذلك بحذف "العراق والشام"، كان من الواضح أنه يمكن النظر -بهدف التحليل- إلى هذا التنظيم ضمن ما يعرف في العلوم السياسية بـ "العنصر الفاعل غير الدولي" أو ما اصطلح على تسميته في اللغة الإنجليزية (Non-state actors (NSA) ، ويعنى بها التنظيمات ذات القدرة والقوة الفاعلة في التأثير على مسار العلاقات الدولية عبر إحداث تغيير، رغم عدم انتمائها لأي من المؤسسات والأجهزة المتعارف عليها في إطار الدولة بمفهومها الحديث، بما فيها الإعلام.

ولذا تمثل هذه الدراسة محاولة بحثية لفهم الخطاب الإعلامي لهذا النوع من التنظيمات المسلحة، ودور البعد الديني -بحكم طبيعة التنظيم- من أجل معرفة ما إذا كانت رسالته الإعلامية تتضمن نظاماً إقناعياً وماهية هذا النظام، خصوصاً وأن منظروه ينظرون إليه كونه المظلة الأكثر احترافاً لما يطلقون عليه "الإعلام الجهادي" والذي تتجاوز غاياته وظائف الإعلام التقليدية، إلى وظائف تتعلق بالدعاية وتنظيم الأفراد للعمل لصالح التنظيم وتوظيفها في إطار حرب نفسية.

تهدف الدراسة إلى تحديد منطلقات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية بحكم التأثير الجيوسياسي الذي أحدثه، وذلك في محاولة لمعرفة المضامين لهذا الخطاب، وماذا قد يهدف من ورائه القائمون على عملية الاتصال في التنظيم.

ومن هذا الهدف ينبثق السؤال الرئيسي للدراسة وهو: ما هي المضامين التي يسعى إليها القائم

على الرسالة الإعلامية في (تنظيم الدولة الإسلامية) لإيصالها عبر وسيلة الإعلام الرسمية الناطقة

باسمه وهي (مجلة دابق) إلى جمهور المجلة؟

وتتبع من هذا السؤال الاسئلة الفرعية التالية:

1 - ما هي الجذور التاريخية والمنطلقات الفكرية والدينية لدى القائم على العملية الاتصالية في تنظيم

الدولة الإسلامية؟

2 - ما مدى تأثير التأطير الفكري والفقهي في تشكيل مضمون الرسالة الإعلامية للتنظيم؟

3- أين يقع الجهاز الإعلامي في الهيكل التنظيمي لتنظيم الدولة الإسلامية؟ وما هي دلالات ذلك؟

4 - ما هي مفردات الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية المتضمنة في مجلة دابق؟

5- الى أي مدى تلتزم مجلة دابق (موضوع الدراسة) بالممارسة الاحترافية في الشكل والمحتوى؟

7- ما هي الرسائل التي يريد القائمون على مجلة دابق إيصالها للجمهور؟

إن أهمية هذه الدراسة تكمن في أنها تسلط الضوء على التجربة الإعلامية لهذا النوع من التنظيمات، والغايات والمضامين التي يحملها لرسالته الإعلامية إلى جمهوره.

كما تكمن أهميتها في الإضافة المعرفية التي ستقدمها للباحثين الإعلاميين والسياسيين المنشغلين بمعرفة تأثير مثل هذه التنظيمات.

ومن شأن هذه الدراسة أن تسهم في كشف الواقع المهني لهذا النوع من الصحافة وعلاقتها بتشكيل الرأي العام تجاه التنظيم.

صحيفة تحليل مضمون

الكشاف 1 - كشاف التعريف الإجرائي للفئات الرئيسة والفرعية

الخطاب الإعلامي لتنظيم "الدولة الإسلامية"

مجلة دابق الإلكترونية نموذجاً - تحليل مضمون

بعد تحديد الفئات الخاصة بتحليل مضمون مجلة دابق، وضع الباحث التعريفات الإجرائية الخاصة بكل فئة، وبما ينسجم مع أهداف الدراسة ومتطلباتها، وهي كما يلي:

مجتمع الدراسة:

الأعداد الصادرة من مجلة دابق، من العدد الأول وحتى تقديم خطة البحث واعتمادها من كلية الإعلام وعمادة البحث العلمي بجامعة الشرق الأوسط.

وحدة التحليل: الفكرة

العينة: ممثلة (أربعة أعداد ممثلة باللون الأحمر من أصل الأعداد الاثني عشر مجتمع العينة)

العدد الأول - رمضان 1435هـ

العدد الثاني - رمضان 1435هـ

العدد الثالث - شوال 1435هـ

العدد الرابع - ذو الحجة 1435هـ

العدد الخامس - محرم 1436هـ

العدد السادس - ربيع الأول 1436هـ

العدد السابع - ربيع الآخر 1436هـ

العدد الثامن - جمادي الآخرة 1436هـ

العدد التاسع - شعبان 1436هـ

العدد العاشر - رمضان 1436هـ

العدد الحادي عشر - ذو القعدة 1436 هـ

العدد الثاني عشر - صفر 1437هـ

تحليل المضمون

"مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسّمات الظاهرة في هذا المحتوى".

وفقا لعالم الاجتماع السياسي أوليه رودلف هولستي Ole Holsti، فإنه قدم تصنيفا شمل ثلاث فئات لتحليل المضمون وهي:

أولا: وصف خصائص الاتصال ويشمل:

ماذا قيل؟

- وصف الاتجاهات في مضمون الاتصال.
- الربط بين الخصائص المعروفة للظاهرة للقائم بالاتصال.
- المقارنة بين مضمون الاتصال والمعايير الاتصالية.

ثانيا: كيف قيل؟

- تحليل أساليب الإقناع والتأثير.
- تحليل أنماط الاتصال.

ثالثا: لمن قيل؟

- الربط بين الخصائص المعروفة لجمهور المتلقين والرسائل الموجهة لهم.
- وصف أنماط العملية الاتصالية.

وفيما يلي يقدم الباحث إسقاطا للفئات الثلاث على بحثه:

اولاً: فئة مضامين الرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها المتمثلة في مجلة دابق (ماذا قيل؟)، وفيها يرصد الباحث:

18) مضامين النص الديني: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: دعوة للجهاد أو التحاق بـ"دار الخلافة" أو عداً مع الكفار أو تعريف بالعدو أو أي أحكام فقهية تتعلق بتطبيق الشريعة.
كما يقصد بها فيما إذا تم استخدام النص الديني، مثل: آية أو حديث أو دعاء أو أحكام فقهية أو آراء ومقولات لعلماء دين.

19) مضامين البعد الاقتصادي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: الميزانية، العملة و"البديل الاقتصادي الإسلامي"، العلاقات التجارية، النفط أو الفساد الاقتصادي.

20) المضامين الاجتماعية: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: العلاقات الأسرية، والقيم الأخلاقية، أو أحكام فقهية اجتماعية.

(21) مضامين البعد السياسي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: علاقات دولية، أو الصراعات الإقليمية والدولية، أو الديمقراطية والحكم، أو شرعية نظام الحكم، أو الإدارات المحلية.

(22) مضامين القضية الفلسطينية، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: تحرير فلسطين، أو محاربة إسرائيل أو نقد الفصائل الفلسطينية، أو التوظيف الرمزي للقضية الفلسطينية.

(23) مضامين البعد التاريخي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: إسقاط الحدث التاريخي على الحاضر، أو تبرير الفعل بالاستناد إلى التاريخ، أو استدعاء المصطلحات التاريخية.

(24) العلاقات الدولية، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: العلاقة مع الولايات المتحدة، أو العلاقة مع الغرب والاتحاد الأوروبي، أو العلاقة مع المنظمات الدولية، أو العلاقة مع النظام التركي، أو العلاقة مع النظام الإيراني، أو العلاقة مع النظام العراقي، أو العلاقة مع النظام السوري، أو العلاقة مع النظام الأردني، أو العلاقة مع النظام المصري، أو العلاقة مع دول الخليج، أو العلاقة مع اليمن.

(25) توصيف العلاقة مع الآخر، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على: علاقة صدامية، أو علاقة تنافسية، أو علاقة تحالفية، أو علاقة محايدة أو علاقة تعاون.

(26) مضامين توصيف الأنا، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية لنفسه من خلال مجلة دابق على أنه: مؤمن أو مسلم أو استشهادي أو شجاع أو متواضع أو حازم أو صاحب إيثار وتضحية.

(27) مضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم بين قادة التنظيم أنفسهم وبين عناصر التنظيم.

(28) مضامين توصيف الآخر الغربي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية للآخر من خلال مجلة دابق على أنه: عدو أو كافر أو صليبي أو يهودي أو محتل أو جبان أو مخادع.

(29) مضامين توصيف الآخر المسلم/العربي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية للآخر من خلال مجلة دابق على أنه: رافضي أو منافق/ فاسق أو طاغوت أو مرتد.

(30) مضمون المرأة: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على مضمون قد كتب حول المرأة أو من قبل امرأة.

ثانياً: فئة الأشكال الصحفية وعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق (كيف قيل؟) واللغة المستخدمة فيها، وفيها يرصد الباحث:

فئة الأشكال الصحفية: ويقصد بها الأنماط التي تقدم من خلالها مضامين الرسالة الإعلامية في مجلة دابق، وتشمل:

(31) الخبر الصحفي: وهو تقرير موضوعي عن حدث أو واقعة يتم من خلاله تقديم معلومات عن

حادثة تهم عدد كبير من الناس في عبارات قصيرة.

(32) التقرير الصحفي: وهو الفن الصحفي الذي يقدم المزيد من المعلومات والحقائق حول الوقائع

والأحداث الجارية ، فهو يسرد هذه الأحداث وينقلها ويكشف عن اتجاهاتها وخفاياها ويصيغها

بشكل مفصل ويقدم كل ما يرغب القارئ في معرفته حول الموضوع الذي يتناوله.

33) التحقيق الصحفي: وهو الفن الصحفي الذي يقوم على فكرة مرتبطة بحدث أو قضية معينة يقوم الصحفي بتناولها وشرحها وتفسيرها وتقديم الإجابات المتعلقة باستفساراتها من خلال جمع مادة موضوعها والبيانات والمعلومات المرتبطة بها من كل المصادر ذات العلاقة بهدف الوصول إلى تحليل جوانبها وفك ما يحيط بها من غموض.

34) الحديث الصحفي: وهو الحوار الذي يجريه الصحفي مع إحدى الشخصيات حول قضية أو موضوع معين بهدف الحصول على المعلومات وأخبار جديدة أو تفسير وتوضيح أحداث معينة وشرح وجهة نظر معينة أو تسليط الضوء على جوانب الشخصية التي يجرى معها الحديث.

35) المقال: وهو الفن الذي يقوم فيه الكاتب بالإدلاء برأيه بهدف توضيح وتفسير وتحليل قضية معينة، وينقسم إلى:

2. المقال الافتتاحي: وهو المقال الرئيسي الثابت الذي يعبر عن الرأي الرسمي للمجلة ويوقع باسمها وغالباً ما ينشر على الصفحة الأولى.

3. المقال التحليلي: وهو المقال الذي يعمل على إيضاح وتفسير بعض القضايا التي تشغل الرأي العام، والتي تتطلب إضافة أبعاد أخرى ترتبط بجذور تاريخية وإنسانية، ويضيف عنصر الرأي إلى الخبر ويكسبه فهماً أعمق للحدث.

4. العمود الصحفي: وهو مقال ينشر في مكان ثابت وبتوقيع ثابت وتبرز فيه ذاتية كاتبه، فهو يحمل وجهة نظره تجاه القضية التي يتصدى لها، كما أنه يأتي دائماً تحت عنوان ثابت.

فئة عناصر الإبراز: ويقصد بها الأشكال المصاحبة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق والتي تضيف أهمية عليها، وتسهم في ظهورها بشكل أكثر وضوحاً ولاءً للانتباه، وتشمل:

17) العنوانات: وهي إحدى وسائل الإبراز التي تؤدي دوراً مهماً في شد انتباه القارئ، وتنقسم

إلى:

- عنوان رئيسي: وهو العنوان الكبير الممتد على كامل أعمدة المجلة، ويأتي في رأس الصفحة في أغلب الأحيان.

- عنوان ممتد: وهو العنوان الممتد على أكثر من عمود وأقل من كامل أعمدة صفحة المجلة ذات الحجم الاعتيادي.

- عنوان عمودي: وهو العنوان الذي لايزيد عن عمود واحد فقط من أعمدة المجلة.

18) الصور: وهي الصور الفوتوغرافية المختلفة التي تنشرها المجلة بمفردها أو مع المادة الصحفية، وتشمل:

- صور شخصية: وهي الصور التي تمثل أصحابها.

- صور موضوعية: وهي الصور التي تعبر عن المضمون الصحفي، وتكون مرافقة للمادة.

- صور أخرى: بهدف تقديم خدمة: جمالية أو دعائية أو رمزية. والمضمون الذي احتوته الصورة سواء احتوت على مضمون عنيف أو مجتمعي أو إنساني أو من الطبيعة أو تراثي أو لرموز

التنظيم (القيادات/ المقاتلون/ الراية والأختام).

- صور المرأة: وهي الصور التي تضم المرأة بشكل مباشر أو الاكتفاء بالترميز لها بصور أخرى غير مباشرة.

- زاوية الصورة: فيما إذا كانت ترفع من شأن رموز التنظيم أو تظهر الخصم بمظهر يحمل سمات الذل والخوف أو تظهر انتصارات التنظيم أو تظهر الدعم المجتمعي له.

(19) الرسم الساخر: وهو ما يطلق عليه فن الكاريكاتير، ويقصد به التعبير بالرسم عن الحدث الذي

تتناوله المادة الصحفية بأسلوب ساخر.

(20) التصاميم التعبيرية: ويقصد بها تصاميم الجرافيكس التي تستخدم الصور مع مؤثرات وعبر

برامج تصميم لإيصال رسالة معينة.

(21) اللون: ويقصد به الألوان المستخدمة في الصحيفة، والتي من شأنها جذب القراء وابرار الاهتمام

بمادة معينة.

(22) أخرى: ويقصد بها الرسوم التي لاتندرج ضمن الفئتين السابقتين، مثل الأشكال البيانية، وما شابه

ذلك.

(23) الإخراج الصحفي: ويقصد به إذا ما كان القالب الفني موحدًا ودقيقًا أم أنه كان عشوائيًا.

فئة اللغة المستخدمة: ويقصد بها اللغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق،

وتشمل:

(24) لغة صحفية وصفية.

(25) لغة دعائية محملة بمضامين دينية.

(26) استخدام المصطلح العربي الديني بأحرف لاتينية.

ثالثاً: الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق (لمن

قيل؟)، وفيها يرصد الباحث:

(27) فئة الشباب.

(28) فئة السياسيين.

(29) فئة الإعلاميين.

(30) فئة المرأة.

(31) فئة المحايدين بهدف الدعوة للالتحاق بصفوف التنظيم.

(32) فئة الأنصار بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة الحكومات المعادية له.

(33) فئة الأعداء بهدف التهديد للكف عن مقاتلة التنظيم.

وبعد،

فإن كنت قد وفقت في تقديمي هذا فبفضل من الله عز وجل، ثم بنصحكم وتوجيهكم لي، وإن كان

هناك من تقصير فمن نفسي.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

تحليل مضمون مجلة دابق

الكشاف 2- كشاف التعريف بفئات: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ ولمن قيل؟

فئات التحليل

أولاً : فئة (ماذا قيل ؟) مضامين الرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية واتجاهاتها المتمثلة في مجلة دابق:

<p>1) مضامين النص الديني: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1- 6)</p> <p>8- دعوة للجهاد</p> <p>9- التحاق ب"دار الخلافة"</p> <p>10- عداة مع الكفار</p> <p>11- تعريف بالعدو</p> <p>12- أحكام فقهية تتعلق بتطبيق الشريعة</p> <p>13- استخدام النص الديني، مثل: آية أو حديث أو دعاء أو أحكام فقهية أو آراء ومقولات لعلماء دين</p>
<p>2) مضامين البعد الاقتصادي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1- 5)</p> <p>1- الميزانية</p> <p>2- العملة و"البديل الاقتصادي الإسلامي"</p> <p>3- العلاقات التجارية</p> <p>4- النفط</p> <p>5- الفساد الاقتصادي</p>
<p>3) المضامين الاجتماعية: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1- 3)</p> <p>1- العلاقات الأسرية</p> <p>2- القيم الأخلاقية</p> <p>3- أحكام فقهية اجتماعية</p>

4) مضامين البعد السياسي: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-5):

- 1- علاقات دولية
- 2- الصراعات الإقليمية والدولية
- 3- الديمقراطية والحكم
- 4- شرعية نظام الحكم
- 5- الإدارات المحلية

5) مضامين القضية الفلسطينية، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-4)

- 1- تحرير فلسطين
- 2- محاربة إسرائيل
- 3- نقد الفصائل الفلسطينية
- 4- التوظيف الرمزي للقضية الفلسطينية

6) مضامين البعد التاريخي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-3)

- 1- إسقاط الحدث التاريخي على الحاضر
- 2- أو تبرير الفعل بالاستناد إلى التاريخ
- 3- أو استدعاء المصطلحات التاريخية

7) العلاقات الدولية، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-12)

- 1- العلاقة مع الولايات المتحدة
- 2- العلاقة مع الغرب والاتحاد الأوروبي
- 3- العلاقة مع المنظمات الدولية
- 4- العلاقة مع النظام التركي
- 5- العلاقة مع النظام الإيراني
- 6- العلاقة مع النظام العراقي
- 7- العلاقة مع النظام السوري
- 8- العلاقة مع النظام الأردني

<p>9- العلاقة مع النظام المصري</p> <p>10- العلاقة مع دول الخليج</p> <p>11- العلاقة مع اليمن</p> <p>12- العلاقة مع النظام الروسي</p>
<p>8) توصيف العلاقة مع الآخر، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على (من 1-5)</p> <p>1- علاقة صدامية</p> <p>2- علاقة تنافسية</p> <p>3- علاقة تحالفية</p> <p>4- علاقة محايدة</p> <p>5- علاقة تعاون</p>
<p>9) مضامين توصيف الأنا، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية لنفسه من خلال مجلة دابق على (من 1-7)</p> <p>1- مؤمن</p> <p>2- مسلم</p> <p>3- استشهادي</p> <p>4- شجاع</p> <p>5- متواضع</p> <p>6- حازم</p> <p>7- صاحب إيثار وتضحية</p>
<p>10) مضامين توصيف العلاقة داخل التنظيم (من 1-2)</p> <p>1- بين قادة التنظيم أنفسهم</p> <p>2- بين قادة التنظيم وبين عناصر التنظيم</p>

(11) مضامين توصيف الآخر الغربي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية للآخر من خلال مجلة دابق على أنه (من 7-1)

- 1- عدو
- 2- كافر
- 3- صليبي
- 4- يهودي
- 5- محتل
- 6- جبان
- 7- مخادع

(12) مضامين توصيف الآخر المسلم/العربي، ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على نظرة القائم بالعملية الاتصالية في تنظيم الدولة الإسلامية للآخر من خلال مجلة دابق على أنه (من 6-1)

- 1- رافضي
- 2- منافق
- 3- فاسق
- 4- طاغوت
- 5- مرتد
- 6- خائن

(13) مضمون المرأة: ويقصد به إذا ما كان النص يحتوي على مضمون (من 5-1)

- 1- حول المرأة
- 2- الكاتبة امرأة

ثانياً: فئة الأشكال الصحفية وعناصر الإبراز للرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق (كيف قيل؟) واللغة المستخدمة فيها، وفيها يرصد الباحث:

14) فئة الأشكال الصحفية: ويقصد بها الأنماط التي تقدم من خلالها مضامين الرسالة

الإعلامية في مجلة دابق، وتشمل (من 1-7)

- 1- الخبر الصحفي
- 2- التقرير الصحفي
- 3- التحقيق الصحفي
- 4- الحديث الصحفي
- 5- المقال الافتتاحي
- 6- المقال التحليلي
- 7- العمود الصحفي

15) فئة عناصر الإبراز: ويقصد بها الأشكال المصاحبة للمادة التحريرية على صفحات

مجلة دابق والتي تضيف أهمية عليها، وتسهم في ظهورها بشكل أكثر وضوحاً ولافتاً للانتباه،

وتشمل (من 1-19)

- 1- عنوان رئيسي
- 2- عنوان ممتد
- 3- عنوان عمودي
- 4- صور شخصية
- 5- صور موضوعية
- 6- صور جمالية
- 7- صور دعائية
- 8- صور عنيفة
- 9- صور تراثية
- 10- صور قيادات التنظيم
- 11- صور مقاتلي التنظيم
- 12- صور الراية والأختام للتنظيم

13-	صور المرأة
14-	صور الطفل
15-	صور قيادات ومقاتلي التنظيم من زاوية الإعلاء من شأنهم
16-	صور أعداء التنظيم من زاوية التقليل من شأنهم
17-	الرسم الساخر (الكاريكاتير)
18-	التصاميم التعبيرية الجرافيكس
19-	الرسوم والأشكال البيانية
16 (16)	فئة اللغة المستخدمة: ويقصد بها اللغة المستخدمة للمادة التحريرية على صفحات مجلة دابق، وتشمل (من 1-3)
	1- لغة صحفية وصفية
	2- لغة دعائية محملة بمضامين دينية
	3- لغة بأحرف لاتينية ومسميات عربية دينية
17 (17)	فئة الإخراج الصحفي: ويقصد به إذا ما كان القالب الفني (من 1-2)
	1- موحدًا ودقيقًا
	2- عشوائيًا

ثالثاً: الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية لتنظيم الدولة الإسلامية المتمثلة في مجلة دابق (لمن قيل؟)، وفيها يرصد الباحث:

(18) فئة الجمهور المستهدف: ويقصد به إذا ما كان النص يوجه إلى (من 1 - 7)

1- فئة الشباب

2- فئة السياسيين

3- فئة الإعلاميين

4- فئة المرأة

5- فئة المحايدين بهدف الدعوة للاتحاق بصفوف التنظيم

6- فئة الأنصار بهدف الدعوة لدعم التنظيم ومحاربة الحكومات

المعادية له

7- فئة الأعداء بهدف التهديد للكف عن مقاتلة التنظيم

ملحق رقم (4) - قائمة محتويات أعداد العينة الممثلة

مجلة دابق - العدد الأول

قائمة المحتويات

الصفحات	عنوان المادة	الرقم
	عودة الخلافة (خارطة شبه الجزيرة)	1
2	الفهرس	2
5-3	الافتتاحية (لماذا مجلة دابق؟)	3
9-6	إعلان الخلافة	4
11-10	العالم انقسم إلى معسكرين	5
15-12	لقاءات عشائر حلب	6
19-16	تلغفر تحررت	7
29-20	مفهوم الإمامة	8
31-30	نصيحة	9
33-32	الدولة الإسلامية في نظر العدو	10
41-34	من الهجرة إلى الخلافة	11
43-42	النظام يستهدف الرقة	12
44	البوكمال تحررت	13
44	ولاية البركة	14
45	إعدام سراق الخط السريع	15
45	تفجير نقاط الشرطة الحدودية	16
46	تحرير العظيم والحويجة	17
47	حملة أسدالله البلوي تتقدم	18
49-48	المرتدون يندمون بالآلاف	19
50	الغلاف الخلفي: حديث شريف (لا تقوم الساعة حتى تنزل الروم بالأعماق أو بدابق)	20

مجلة دابق - العدد الرابع

قائمة المحتويات

الصفحات	عنوان المادة	الرقم
	الغلاف سقوط الصليب (مستوحى من خطبة العدناني عن غزو الروم وكسر الصليب)	1
2	الفهرس	2
5-3	الافتتاحية (شعار دولة الإسلام باقية مستوحى من خطابين لأبي عمر وبكر البغداديين)	3
9-6	كلمة أبو محمد العدناني - الناطق باسم التنظيم (إن ربك لبالمرصاد)	4
13-10	جعل رزقي تحت ظل رمحي	5
17-14	عودة الرق قبل قيام الساعة (اليزيدية)	6
20-18	إعلان ولايتين جديدتين: الفرات والفاوجة	7
22-21	أنصار الإسلام يبايعون الدولة الإسلامية ص	8
26-23	عمليات عسكرية ص	9
29-27	نافذة على الدولة الإسلامية ص	10
31-30	الغنيمة والنية ص	11
44-32	انعكاسات على الصليب الأخير	12
46-45	بكلمات العدو	13
51-47	إعدام الصحفي الأمريكي ستيف سوتولوف	14
55-52	الكلام الصعب للصحفي جون كانتلي	15
56	الغلاف: حديث شريف عن المعركة قبل الملحمة الكبرى (ثم هدنة تكون بينكم وبين بني الأصفر)	16

مجلة دابق - العدد الثامن

قائمة المحتويات

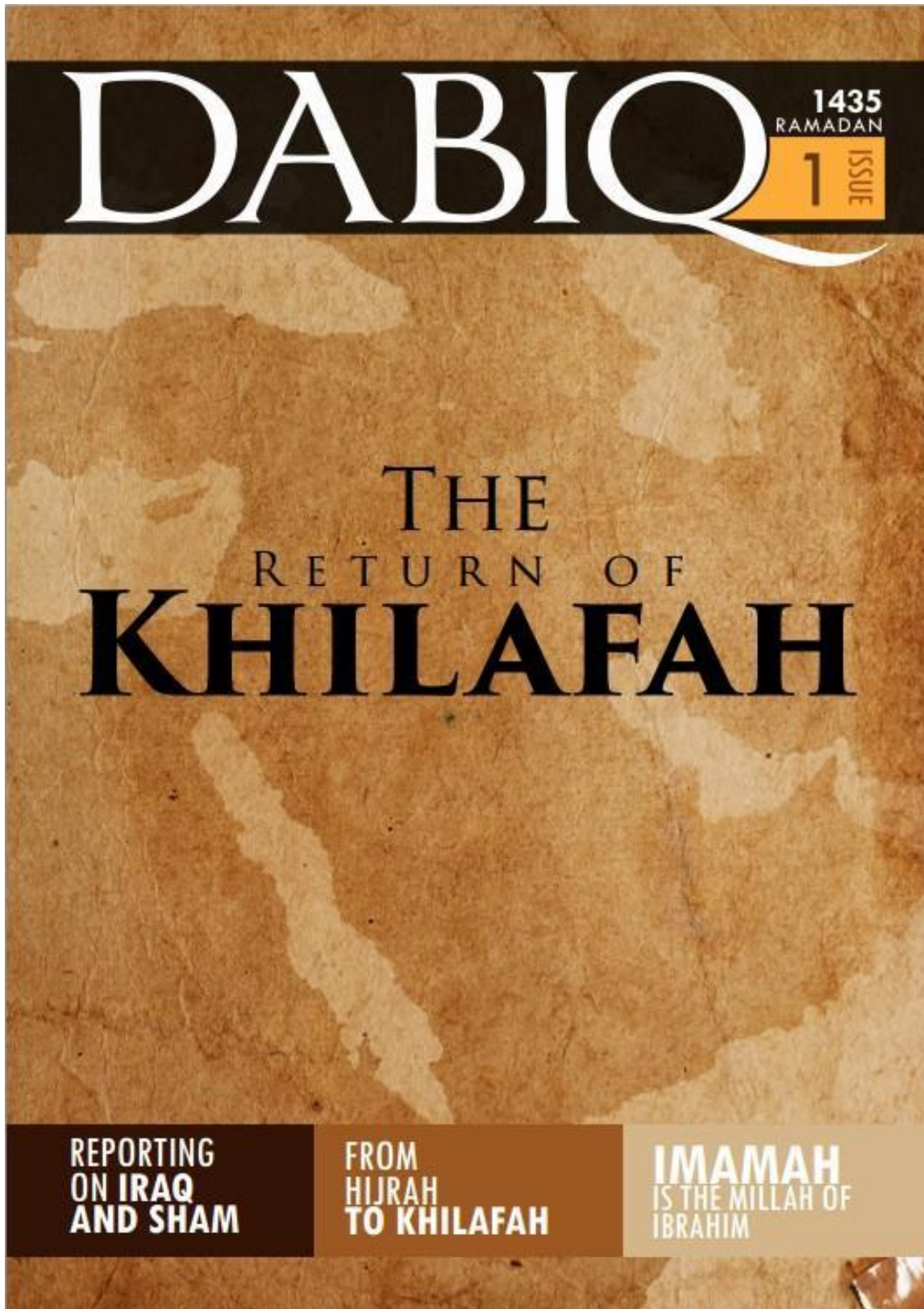
الصفحات	عنوان المادة	الرقم
	الغلاف: الشريعة وحدها سوف تحكم أفريقيا	1
2	الفهرس	2
6-3	الافتتاحية (التوحيد والقومية لا يلتقيان)	3
11-7	حلفاء القاعدة في الشام	4
13-12	صفحات من التاريخ .. أبو بكر الصديق	5
16-14	البيعة من غرب أفريقيا	6
19-17	جنود الإرهاب	7
21-20	أسود الغد	8
24-22	محو إرث الأمة البائدة	9
26-25	المأزق الليبي	10
27	الإعلان عن ولايتين جديدتين بالعراق	11
29-28	ترك أرض الشرك وتعال إلى أرض الإسلام	12
31-30	من المؤمنين رجال	13
37-32	النصف الآخر للمهاجرين	14
38	رسالة إلى أهلنا في كردستان	15
56-39	الإرجاء .. البدعة الأخطر وأثرها على الجهاد في الشام	16
58-57	من كلام العدو	17
62-59	لقاء مع أبو مقاتل التونسي	18
63	قصص من أرض المعيشة: أبو صهيب الفرنسي	19
67-64	تغيير وجهة النظر بقلم الصحفي جون كانتلي	20
	الغلاف الخلفي: حديث شريف (با ابن حوالة إذا رأيت الخلافة نزلت الأرض المقدسة فقد دنت الزلازل)	21

مجلة دابق - العدد الثاني عشر

قائمة المحتويات

الصفحات	عنوان المادة	الرقم
	الغلاف: فقط إرهاب (هجوم فرنسا)	1
1	الفهرس	2
3-2	الافتتاحية (وظنوا أنهم مانعتهم حصونهم)	3
4	إعلان عن استبدال الدولار بدينار الخلافة	4
7-5	حلفاء القاعدة في اليمن	5
8	عشرة فيديوهات مختارة من ولايات الدولة الإسلامية	6
10-9	نصيحة للمجاهدين: اسمعوا وأطيعوا	7
16-11	حلفاء القاعدة في الشام: النهاية	8
18-17	باقية وتتمدد	9
22-19	مثنى وثلاث ورباع	10
23	الجماعة أو الجاهلية	11
24	الوحدة أو الانقسام	12
28-25	مختارات من عمليات عسكرية للدولة الإسلامية	13
32-29	وأما بنعمة ربك فحدث	14
35-33	يا أيها الذين آمنوا قووا أنفسكم وأهليكم نارا	15
37	فيديوهات مختارة من ولايات الدولة الإسلامية	16
41-37	انبعاث الجهاد في بنغلاديش في ضوء الخلافة	17
42	عشرة فيديوهات مختارة من ولايات الدولة الإسلامية	18
46-43	تحسبهم جميعا وقلوبهم شتى ص	19
50-47	تحركت الرقعة بقلم الصحفي جون كانتلي	20
54-51	بكلام العدو	21
56-55	من المؤمنين رجال: أبوجنيدة الألماني	22

57	من المؤمنين رجال: أبوشورية السيلاني	23
58	عشرة فيديوهات مختارة من ولايات الدولة الإسلامية	23
62-59	حوار مع أبو محارب الصومالي	24
63	عشرة فيديوهات مختارة من ولايات الدولة الإسلامية	25
64	مصير السجينين: إعدام	26
	الغلاف الخلفي: حديث شريف (لا تقوم الساعة حتى يحسر الفرات عن جبل من ذهب)	27



DABIQ

1435
RAMADAN

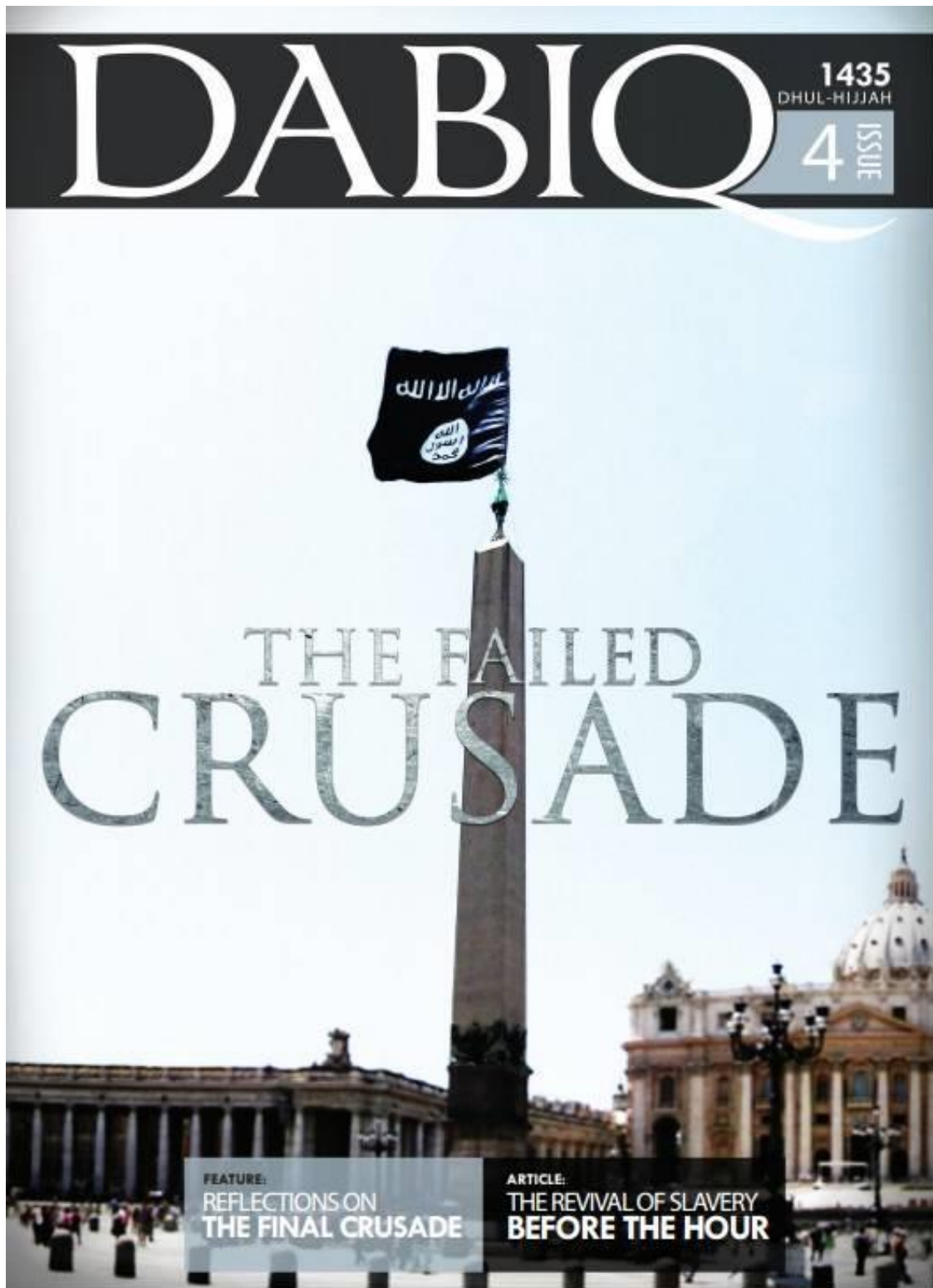
1
ISSUE

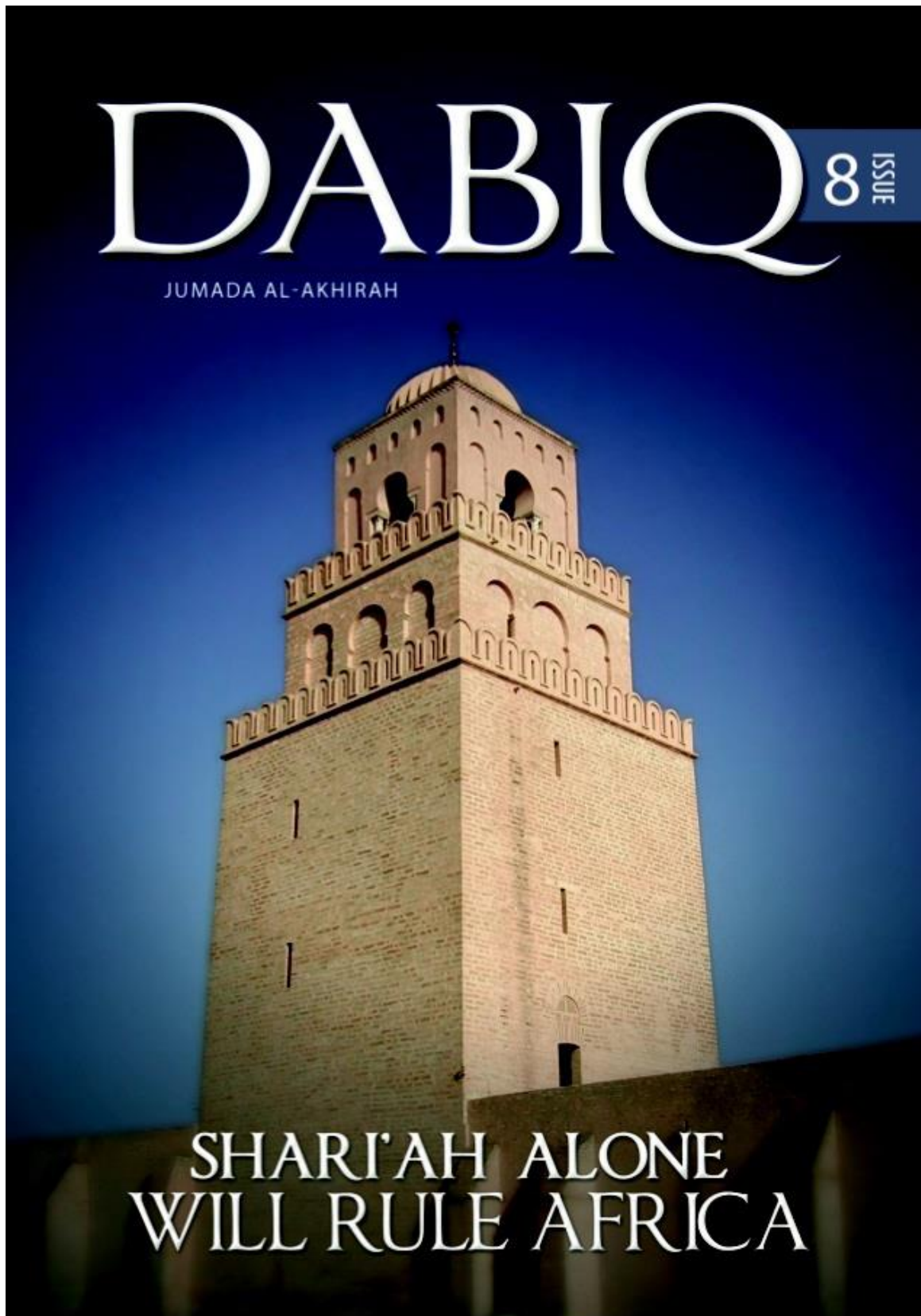
THE
RETURN OF
KHILAFAH

**REPORTING
ON IRAQ
AND SHAM**

**FROM
HIJRAH
TO KHILAFAH**

**IMAMAH
IS THE MILLAH OF
IBRAHIM**





DABIQ

ISSUE 8

JUMADA AL-AKHIRAH

SHARI'AH ALONE
WILL RULE AFRICA

